



Società

## L'enogastronomia resterà un potente motivatore per i viaggiatori

di Redazione • sabato, 6 Marzo 2021

Cosa succederà nel 2021? Grazie al costante dialogo e confronto di **Fiera Milano** con tutti gli attori delle filiere, l'Osservatorio di Bit Borsa Internazionale del Turismo ha provato a delineare alcuni desiderata dei viaggiatori al di là degli aspetti operativi ancora in evoluzione.

Pressoché tutti gli analisti e gli operatori prevedono una conferma del turismo di prossimità, in particolare in versione open-air e nella natura. Secondo un'indagine di TripAdvisor, il 21% dei viaggiatori italiani

prevede di rimanere vicino a casa, il 16% di raggiungere destinazioni che distano non più di 90 minuti dalla propria residenza e ben un terzo, il 33%, poco sopra i 90 minuti. Nel Regno Unito la percentuale di chi resterà vicino a casa sale al 24% e negli Stati Uniti al 29%.

Un trend che potrebbe favorire, per esempio, le destinazioni di montagna vicine alle aree più popolate, come quelle dell'arco alpino e appenninico oltre ai piccoli borghi, l'ospitalità diffusa e il turismo lento in generale. L'enogastronomia resterà un potente motivatore che troverà nelle strade del vino e dell'olio, e nei distretti dei prodotti DOP, potenziali attrattori. Ma anche l'ormai onnipresente tecnologia giocherà un ruolo.

Un'altra ricerca, questa volta di OPPO Smart Studies, sottolinea che le precauzioni igienico-sanitarie porteranno i viaggiatori a optare per un "turismo di precisione": anche chi di solito ama la vacanza-avventura quest'anno tenderà a progettare in anticipo in ogni dettaglio utilizzando strumenti digitali e online.

Un'indicazione importante, questa, per aiutare destinazioni e operatori a orientare le strategie, in linea con le proprie specificità.

Coccolare i nuovi viaggiatori L'Osservatorio sui Consumi di ShopFully conferma che il desiderio più diffuso tra i consumatori è tornare a viaggiare, prima opzione per oltre il 40% degli intervistati. Poiché l'emergenza ha inciso sulle capacità di spesa della classe media, la sfida per il 2020 sarà coniugare esperienze uniche, capaci di motivare i potenziali viaggiatori, con i limiti di budget. Ecco quindi che, rafforzando una tendenza già in atto da alcuni anni, il lusso si ridefinisce sempre più come possibilità

IN OMAGGIO AI NOSTRI LETTORI



SPONSOR

SPONSOR

**GENTILE  
CATONE**

ARTICOLI RECENTI

**Solinas blinda la Sardegna, le nuove regole per entrare sull'isola**

sabato, 6 Marzo 2021

**780 mila visitatori per la Fabbrica del Vapore a Milano**

sabato, 6 Marzo 2021

**A causa del Covid nel 2020 nelle tasche dei dipendenti mancano 8,7 Mld**

sabato, 6 Marzo 2021