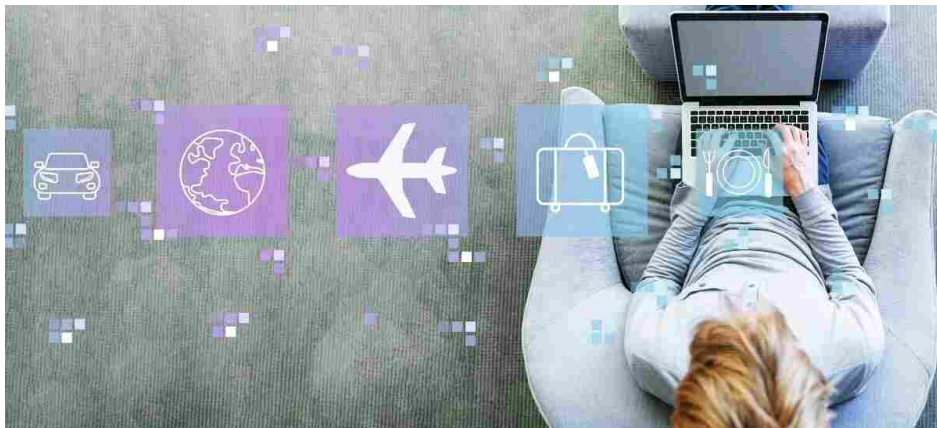




Il travel che verrà tra flessibilità e passione



12 Maggio 10:04 2021

da Mariangela Traficante
 Stampa questo articolo



Flessibilità, chiarezza, sicurezza, ma anche passione. Sono queste le inevitabili **parole d'ordine** della prossima stagione del travel, emerse anche nel corso di un panel di [Bit Digital Edition](#) cui hanno partecipato alcuni rappresentanti del trade. Ma come si declinano?

Un indizio arriva dai numeri. «In uno studio che abbiamo condotto su oltre 14mila viaggiatori circa **il 60%** ha espresso l'intenzione di effettuare un viaggio entro i primi sei mesi da quando sarà possibile farlo – spiega **Giovanni Moretto**, director market management, Expedia Lodging Partner Services Italia, ma emerge anche un altro dato interessante: sono gli under 40 ad avere la maggiore propensione, 70%, contro gli over che si fermano sotto il 50%. E nelle **famiglie** la velocità aumenta: sono molte quelle che si dicono disposte a viaggiare già nei tre mesi successivi».

AZIONE DI FILIERA. Flessibilità è la prima keyword: per oltre la metà dei rispondenti all'analisi Expedia, avere condizioni totalmente flessibili al momento della prenotazione aumenterebbe di oltre 80% la propensione all'acquisto. E di fatto se consideriamo che al momento oltre il 70% delle tariffe nel mondo sono rimborsabili, forse questo è davvero l'elemento di maggior discontinuità rispetto al passato.

La polizza è fondamentale secondo **Massimiliano Cossu**, ceo & founder Portale Sardegna: «Ce la chiedono anche gli operatori internazionali, insieme alla certezza del rispetto dei protocolli da parte di tutti gli attori; noi l'anno scorso abbiamo lanciato Sardegna Isola Sicura, non va affidata al singolo hotel o servizio la garanzia di sicurezza, deve essere **l'intera filiera** ad assicurare questo cordone». Anche per **Davide Catania**, amministratore unico Alidays Travel Experience, la **cancellation policy** deve essere assolutamente flessibile e libera. «L'elemento assicurativo diventa rilevante, anche perché se da un lato ci sono servizi che possono essere totalmente cancellabili, d'altro lato ci sono prodotti come i voli in cui questo non è sempre possibile e dunque ci deve essere una tutela». Ma Catania chiama anche alle armi i colleghi del trade: «Prevedo una domanda più emotiva e meno razionale, ma una parte importante del lavoro tocca a noi, dobbiamo essere **reattivi**».

E come si risolve il viaggio post Covid in merito a uno degli aspetti più sacrificati negli ultimi tempi, la socialità? Parla **Massimo Broccoli**, direttore commerciale Veratour, che pone l'accento sul villaggio

Iscriviti alla **Newsletter**

Registrati

viaggiOff
tutto un altro mondo



**ISCRIVITI
ALLA
NEWSLETTER**

www.viaggioff.it

viaggiOff

Un altro mondo

Scrigni Veneziani: i musei della Serenissima si svelano online

I Musei Civici di Venezia si raccontano anche online, con una serie di proposte pensate per essere fruite da remoto ma anche per prepararsi al meglio a visitarli dal vivo...

In hotel come un jedi allo Star Wars: Galactic Starcruiser

L'avventura inizia nel terminal, dove incontrare gli altri "passeggeri" prima di partire per la propria destinazione intergalattica, entrando in un launch pod e lasciando la Terra per l'iperspazio di una...

con protocollo, dove per esempio nella ristorazione viene assegnato un tavolo sempre allo stesso nucleo familiare e l'intrattenimento è realizzato in micro gruppi. «Il villaggio sarà ancora un prodotto richiesto, soprattutto Italia, ma pensiamo anche a Spagna e Grecia che stanno facendo molti progressi sul fronte vaccinazioni, e poi abbiamo il desiderio di riaprire quando possibile destinazioni come Tunisia e Mar Rosso». **Chiarezza** è ciò di cui si ha bisogno, sia nei confronti della rete distributiva che dei clienti.

MERCATO EMOTIVO. Ma entra in gioco anche la **passione**, altra keyword evidenziata da **Ludovico Scortichini**, presidente Go World, che nel percorso cluster iniziato cinque anni fa continua a investire, con il lancio di Deluxe, Go Cruise per le crociere fluviali e Go Ski, e un altro paio in arrivo: «La passione è ancora un elemento fondamentale per muoversi e potrebbe essere capace anche di superare lo scoglio flessibilità». Ma, avverte il manager, guai ad avere fretta: «Il mercato italiano è **più emotivo** rispetto a quello anglosassone o orientale. C'è voglia di prenotare ma in questo si ha paura, ma una volta superata credo che poi ci sarà un effetto molla. Noi dobbiamo quindi essere bravi a non forzare i clienti ma a mantenere il rapporto con messaggi rassicuranti, per attendere il momento giusto. E se sono bravi gli agenti potrebbero anche riuscire ad **aumentare la marginalità**, perché credo che ci sarà meno attenzione all'aspetto economico da parte del cliente».

Articolo "taggato" come:

Alidays • Davide Catania • Expedia • Giovanni Moretto • GoWorld
Ludovico Scortichini • Massimiliano Cossu • Massimo Broccoli • Portale Sardegna
Veratour

Categorie

Operatori

L'Autore



Mariangela Traficante

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Presstour rinnova la piattaforma e premia le ad con EasyMix

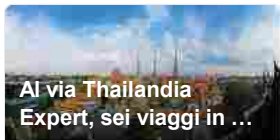


Chi c'è dietro KappaViaggi?



Aeroviaggi guarda a Piazza Affari mentre inaugura l'Himera

SEMPRE SU LAGENZIADIVIAGGI



Al via Thailandia Expert, sei viaggi in ...

3 mesi fa · 2 commenti

Dal 9 febbraio al via Block Notes Digital, il programma di elearning che ...



Alpitour, la rabbia di Tamburi: «Interessi ...

10 mesi fa · 1 commento

Ce l'ha con il governo, i rappresentanti delle imprese e con il settore ...



Buferà sul Recovery Plan: «Turismo ...

5 mesi fa · 1 commento

È scontro tra le associazioni del turismo e il Consiglio dei ministri, che nelle ultime ...



Bonù arrive

un ann

Nell'in sul pr presid

Il mare più bello, le Bandiere Blu 2021

Oltre 400 spiagge, 201 località e 81 approdi turistici: sono i numeri dell'eccellenza del mare italiano premiato anche quest'anno con le Bandiere Blu della Foundation for Environmental Education (Fee). La...

La Pietra del Cabreo, buen retiro tra le vigne del Chianti

Arriva un nuovo indirizzo deluxe sulle colline toscane: La Pietra del Cabreo debutta il 14 maggio a Greve in Chianti, tra vigne, materiali locali e campagna. Sulle colline intorno a...

I più letti della Settimana

- 1 **L'Italia torna a viaggiare: stop quarantena dall'Ue**
- 2 **Pass verde da maggio: «Valido anche per turisti extra Ue»**
- 3 **Vaccini e prenotazioni: l'equazione perfetta del travel**
- 4 **Ota svela i primi ospiti dell'educational al Riva Marina Resort**
- 5 **Th Resorts rinnova il cda: tutti gli uomini di Debellini**
- 6 **Voli cancellati e rimborsi: maxi multa per easyJet**
- 7 **Egitto, niente chiusura anticipata per le attività di hotel e resort**
- 8 **Fiavet diffida easyJet: "Illecita la Carta di distribuzione"**
- 9 **"Voucher rimborsati a 18 mesi": la scelta di Etnia Travel Concept**
- 10 **Bonus Vacanze verso la proroga al 2022**

Facebook

Twitter

TravelD



L'Agenzia di Viaggi

magazine

1 hour ago

NEW Flessibilità, chiarezza, sicurezza, ma anche passione. Sono le inevitabili parole d'ordine della prossima stagione del travel, emerse nel corso di un panel di BIT DIGITAL EDITION a cui hanno partecipato alcuni rappresentanti del trade. Ma come si declinano?

Il travel che verrà tra flessibilità e passione | www.lagenziadiviaggi.it