Comunicato stampa

Vacanze 2017: prenotazioni in crescita, bene l'Italia

3 Aprile 2017

Chiara Gallina
Marketing & Communication
T +39 02 8705 3340
chiara.gallina@gfk.com

Milano, 3 Aprile 2017 – GfK è intervenuta oggi a Bit - Borsa Internazionale del Turismo, con un convegno dedicato ai primissimi trend relativi alle Vacanze 2017. Prenotazioni in crescita nei primi mesi dell'anno, l'Italia sale tra le preferenze dalle famiglie italiane, rispetto alle mete di lungo raggio.

Partendo da una panoramica su alcuni macro-trend che stanno condizionando la vita dei consumatori a 360°, l'incontro è andato poi ad approfondire i primi dai dati relativi alle prenotazioni per l'estate prossima, rilevate dal Panel GfK (partenza da maggio a ottobre), mettendo in luce l'evoluzione delle abitudini degli italiani in tema di viaggi e vacanze.

Ha aperto il convegno **Fabrizio Marazzi**, Group Account Manager Technology GfK, con un intervento intitolato: **"Consumatori tecnologici e nuovi trend"**. Alcuni trend tecnologici emergenti, infatti, hanno un impatto anche sulle abitudini degli italiani in vacanza: "Oggi i consumatori sono normalmente dotati di tecnologia, costantemente connessi e abituati a vivere nel confort che ne deriva. – spiega Marazzi – Per questo motivo, le persone si aspettano di potere vivere le stesse esperienze anche quando sono in vacanza". Cinque sono i trend principali che – anche in ambito turistico – influenzeranno i comportamenti dei consumatori nel prossimo futuro: il **Mobile Payment**, che in alcune aree del mondo si sta già affermando e che sarà particolarmente importante per i viaggiatori; **le Auto Connesse**, sempre più in grado di interagire e offrire informazioni utili alle persone mentre sono in movimento; la **Realtà Virtuale e Aumentata,** che può essere utilizzata ad esempio per offrire una preview immersiva della destinazione a chi è in fase di scelta; la **Smart Home**, intesa come insieme di soluzioni legate alla domotica, alle quali il consumatore è sempre più abituato e che sia aspetta ormai di trovare anche in hotel; infine i **Wearable**, che "accompagnano" le persone anche nel viaggio e che possono essere utilizzati dagli operatori per offrire servizi innovativi.

A seguire, **Silvia Pizzetti** - Account Director GfK - ha presentato uno "**Scenario sui climi di consumo degli Italiani, vacanzieri e non"**. Partendo da un *excursus* sui principali eventi che hanno coinvolto - direttamente e non - il nostro Paese soprattutto nell'ultimo anno, si è cercato di capire come essi abbiano influenzato il *sentiment* e i comportamenti degli italiani. E soprattutto, quali effetti abbiano avuto sui consumi e sulle vacanze in particolare. "Tanti gli eventi che hanno

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO), Christian Diedrich (CFO), Dr. Gerhard Hausruckinger, David Krajicek, Alessandra Cama.

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

occupato le prime pagine dei giornali negli ultimi mesi e che gli italiani sembrano aver metabolizzato, mantenendo una fiducia stabile. - Spiega Silvia Pizzetti - Sicuramente, gli effetti sul turismo sono evidenti: cambiano infatti le destinazioni preferite delle famiglie italiane, sempre meno propense a visitare Paesi come Turchia, Tunisia, Egitto e Francia (percepiti come rischiosi) e sempre più attratte dalle mete domestiche. Ma quello che non cambia è la voglia di viaggiare, che anzi - in questo periodo difficile su tanti fronti - rimane al primo posto tra i desideri di acquisto degli italiani".

In chiusura, ha tirato le fila dell'evento **Daniela Mastropasqua**, Industry Lead Travel & Hospitality GfK, che ha cercato di capire come questi trend emergenti che riguardano il consumatore abbiano influenzato l'andamento delle prenotazioni nei primi mesi dell'anno. "In questo momento della stagione – commenta Daniela Mastropasqua – ci stiamo chiedendo se ci sia un trend positivo delle prenotazioni, piuttosto che un anticipo rispetto agli anni passati. Innanzi tutto, si può rilevare come la diminuzione del prezzo medio per le partenze in alta stagione stia incoraggiando le prenotazioni, che - come da tradizione - si concentrano soprattutto nel mese di agosto. Cresce l'importanza delle prenotazioni a corto raggio e tornano positive (con una crescita di quasi il 90%) le destinazioni del Bacino Mediterraneo Meridionale. Vanno bene le prenotazioni per il nostro Paese, cresciute del 7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, e cresce anche il prezzo medio (+11%)".

A proposito di GfK

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i "Big Data" in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto dei consumatori.

Per maggiori informazioni visitate il sito: http://www.gfk.com/it o seguite il profilo Twitter di GfK Italia: https://twitter.com/GfK_Italia