

**Ufficio stampa  
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti  
Simone Zavettieri  
+39 0249977457  
+39 335 6992328  
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero**  
**Flaviana Facchini RP**  
+ 39 339 6401271  
flavianafacchini@gmail.com

**Fiera Milano S.p.A.**  
+39 02.4997.7134  
fieramilano@fieramilano.it  
fieramilano.it

**Ufficio stampa / Press office**

**TURISMO, NON SI SPEGNE LA “WANDERLUST”:  
BITMILANO GUARDA ALLE NUOVE TENDENZE DI VIAGGIO**

*Prossimità, natura, turismo lento. Ma anche il lusso accessibile delle esperienze per pochi, il desiderio di essere coccolati, il tempo da spendere in luoghi unici e originali, magari gustando le specialità locali. Questi i driver del ritorno al viaggio nel 2021.*

Milano, 4 marzo 2021 – Un po' in tutte le lingue, il termine tedesco **Wanderlust** è sinonimo dell'innato desiderio di **viaggiare, muoversi, conoscere, esplorare** che caratterizza l'essere umano. E in quest'ultimo anno di limitazioni agli spostamenti abbiamo constatato quanto questo istinto sia davvero radicato: nei mesi in cui le condizioni lo hanno consentito, infatti, in molti hanno scelto di **non rinunciare a vacanze e viaggi**.

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.

**Vacanze di prossimità tra natura e digitale**

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.



**FIERA MILANO**

**MILANO**  
**Bit**  
YOUR TRAVEL  
EXHIBITION.

**Ufficio stampa  
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti  
Simone Zavettieri  
+39 0249977457  
+39 335 6992328  
press.bit@fieramilano.it

**Ufficio stampa trade e estero**  
**Flaviana Facchini RP**  
+ 39 339 6401271  
flavianafacchini@gmail.com

**Fiera Milano S.p.A.**  
+39 02.4997.7134  
fieramilano@fieramilano.it  
fieramilano.it

**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 di accedere a **luoghi e momenti "once in a lifetime"** piuttosto che come prezzo premium. Piccoli ristoranti di charme con pochissimi coperti, monumenti a ingresso contingentato – pensiamo al **Cenacolo a Milano** –, passeggiate su sentieri dove si cammina uno alla volta... le possibilità sono infinite.

Un'altra grande sfida per il settore sarà riuscire a combinare l'esigenza di elevata pianificazione con il **desiderio di spontaneità** che, secondo un'indagine di **Hotels.com**, caratterizzerà il ritorno ai viaggi dopo un anno caratterizzato da molti obblighi e prescrizioni. La possibile risposta? **Puntare sulle "coccole"**: proponendo upgrade, ancora maggiore cura per ristoranti, lounge e colazioni, escursioni ed esperienze nuove e originali fuori dall'hotel. Accanto a questi ultimi, si riconferma l'interesse per sistemazioni extra-alberghiere di charme come **trulli in Puglia, case rupestri a Matera, agriturismo e B&B in dimore storiche**.

Il sentiment diffuso tra gli operatori è che, al di là delle oggettive difficoltà, il settore si sta dimostrando resiliente e stia **ridefinendo l'offerta** per farsi trovare pronto al momento in cui la *Wanderlust* dei viaggiatori potrà di nuovo esprimersi appieno.

Per informazioni aggiornate su BitMilano: [www.bit.fieramilano.it](http://www.bit.fieramilano.it), @BitMilano