Luxury e LGBT: due segmenti da 500 miliardi di euro

Luxury e LGBT sono due segmenti da 500 miliardi di euro complessivi. È quanto risulta da due ricerche promosse da #**Bit2017** (Borsa Internazionale del Turismo) e dirette da **Magda Antonioli Corigliano**, direttore del Master in Economia del Turismo dell'Università Bocconi di Milano. La ricerca **Il Turismo di Lusso** parte dall'analisi dell'evoluzione del concetto di lusso, sempre meno legato a beni materiali e sempre più alle **esperienze**, mentre la ricerca Il Turismo LGBT analizza i dati più rilevanti disponibili su questo segmento.
Il lusso quindi sembra non aver conosciuto crisi: dal 2011 al 2015 è cresciuto a livello mondiale al ritmo del +4,5% annuo. E oggi, per ogni 8 euro spesi in viaggi, uno si riferisce al **Luxury**. A livello globale le sue imprese fatturano oltre 1.000 miliardi di euro l'anno, di cui 183 miliardi provengono dall'hôtellerie (+4% nel 2016), 112 dal Food & Beverage (+4%), e 2 miliardi dal segmento crocieristico di lusso (+5%). Europa e Nord America poi rappresentano il 64% del bacino d'origine per i viaggi di lusso, ma nuove categorie con ampia capacità di spesa crescono in tutte le regioni del mondo, in particolare nell'Asia Pacifico. Tra le nuove esigenze emergenti, oltre a privacy ed esperienze personalizzate, anche flessibilità e proposte per la famiglia. Le principali attività praticate dai luxury traveller? Cene gourmand (94% occasionalmente e 76% regolarmente), tour di visita (91% e 62%), apprendimento di nuove conoscenze (90% e 53%). Seguono cultura, natura e intrattenimento.
L'LGBT è invece un segmento dal valore stimato a livello mondiale tra i 195 e i 211 miliardi di dollari l'anno. L'indagine **LGBT2030**, condotta nel 2016 da Out Now sulle spese in viaggi di un campione di 130 mila persone LGBT residenti in 18 Paesi, rivela che la spesa aumenta rispetto ai 3 anni precedenti quasi ovunque, ma soprattutto in India (+5,7%), Colombia (+4,7%) e Turchia (+3,4%). Le spese in viaggi realizzate nei tre mercati principali poi (USA, Brasile e Giappone) rappresentano il 51% della quota di mercato mondiale. E in Europa? Su 29 portali europei di viaggi analizzati 16 (55%) hanno una sezione dedicata ai viaggiatori LGBT. Dei 13 portali (45%) che invece non dispongono di sezioni specifiche, in 5 non è presente alcun cenno ai viaggiatori LGBT, mentre in 8 è possibile trovare qualche riferimento tramite parole chiave.