Osservatorio BitMilano: il 2020 del travel guidato da tecnologia, città intelligenti e viaggi “Human to Human”

Bit2020 prende sempre più corpo e l’edizione del 40° si appresta a rafforzare la posizione di leadership in Italia della manifestazione nell’ambito degli eventi dedicati alla travel industry, non solo per la convergenza tra domanda e offerta, ma anche per il suo essere un termometro delle tendenze del settore che trovano puntualmente riscontro nelle proposte degli espositori.
Proiezioni e valutazioni del mercato attestano che su scala globale il comparto turistico prospetta di crescere nei prossimi anni e che il desiderio di viaggi è in buona salute! Il valore economico globale dell’industria turistica segnerà su base annua un trend di crescita costante del 3,3% (Euromonitor - EM), arrivando a raggiungere quasi i 3 trilioni di dollari entro il 2024. Il valore economico al dettaglio, inoltre, dei viaggi globali nel 2019 è, secondo i termini attuali, in aumento del 5,8%. Entro il 2024, complessivamente, gli arrivi internazionali prospettati conteranno 1,8 miliardi, mentre il turismo domestico dovrebbe raggiungere i 19 miliardi. Un aumento dei redditi, inoltre, dei mercati emergenti renderà i viaggi accessibili a un pubblico sempre più vasto, fattore che avrà un ruolo cruciale per tutti i numeri legati al turismo.
Negli ultimi 10 anni (City Index Mastercard 2019 – CIM), contraddistinti da un continuo cambiamento, le persone su scala globale si sono mosse sempre di più: numericamente, le città asiatiche, anche in relazione ai flussi dalla Cina in forte crescita, hanno generato l’incremento maggiore con un “più” 9,4%, ma l’Europa, come continente, è ancora al secondo posto, con un aumento del 5,5%.
La fine 2019 delinea un incremento del numero di arrivi internazionali per tutte le città top 20 (CIM): Bangkok è saldamente al primo posto e Tokyo si guadagna il primato di città con la miglior prospettiva di crescita (10,02%). Da segnalare, in questa classifica, la città di Milano che occupa il 16° posto ed è la prima tra città italiane. Mete intramontabili sono Parigi (al 2° posto), Londra (al 3°), New York, Istanbul e Bali. Tra le percentuali di incremento maggiore per il 2019, figurano anche Kuala Lumpur e Osaka.
Osservando le proiezioni relative al futuro (“Destination 2030 – Global Cities’ Readiness For Tourism Growth” del World Travel Tourism Council) è interessante rilevare che, in relazione a fenomeni

dibattuti come l'overtourism e i costi/benefici del turismo, città ai vertici del ranking mondiale per i loro numeri, come, per esempio, New York, figurino tra le "Realtà mature" (Mature Performers) grazie a piani di azioni ad alto potenziale strategico. La Grande Mela ha introdotto diverse misure per redistribuire i visitatori, invogliandoli anche attraverso azioni di marketing specifiche a rimanere più a lungo e a esplorare oltre il centro, spingendosi anche nei "veri" quartieri, quartieri preparati ad accogliere i flussi attraverso piani di formazione ad hoc e campagne quali "See your city", per incentivare gli abitanti dei 5 distretti a dare visibilità alla loro area sui social media, attirando così i visitatori in zone lontane dai percorsi abituali. Mature Performers sono, per esempio, anche Londra, Sydney e Berlino. Degno di nota il fatto che le ultime due siano all'opera, rispettivamente, per coinvolgere la cittadinanza nel modellare le linee guida della città rispetto al turismo e per favorire attraverso un piano strategico lo sviluppo sostenibile – anche socialmente - di un turismo in aumento sul lungo termine. Tokyo, per ora più legata ai numeri del business travel, possiede infrastrutture e potenziale per crescere a 360°. Le città ai vertici del turismo mondiale per numeri e capacità di rapportarsi alla crescita sono anche quelle più innovative. Parametro principale, il loro essere incubatori naturali di idee - e tecnologie - da far nascere e crescere ("Innovation City Index™ 2019" di 2thinknow®): New York è al primo posto, seguita da Tokyo e Londra.

Nell'industria turistica che verrà, la tecnologia avrà un ruolo sempre più importante. Gli acquisti da mobile anche nel settore viaggi saranno costantemente in aumento – da circa 400 miliardi di dollari nel 2019 a oltre 700 nel 2024 - e nel travel si sentirà sempre più parlare di super app e di intelligenza artificiale. Dato interessante: le risorse tecnologiche hanno permesso di attrarre consumatori capitalizzando la forte domanda di esperienze autentiche, local e personalizzate (EM).

Studi recenti della European Travel Commission sottolineano proprio l'importanza di valorizzare hobby e interessi, quali motori del turismo in Europa, con attenzione per gastronomia, avventura, soggiorni e attività "living as locals". E analizzando le tendenze che si mettono in luce per il futuro, infatti, emergono quelle orientate verso vacanze in chiave "Human to Human", che consentono un autentico incontro tra persone – o in senso lato con ciò che caratterizza un territorio - e un approccio in linea con il bisogno crescente di sostenibilità e accessibilità, altre parole chiave per il turismo dei prossimi anni. Per le mete del 2020 in evidenza, che siano emergenti come il Bhutan o grandi classici come la Gran Bretagna, la possibilità di fruire del territorio limitando l'impatto su di esso sarà fondamentale: cresce la voglia di viaggiare, ma cresce sempre più l'attenzione per l'ambiente. Non è un caso che nel 2020, i treni siano in ascesa: il TGV Lyria, per esempio, a partire dal 15 dicembre incrementerà del 30% la propria capacità, sulla scia di Eurostar/Thalis e di Deutsche Bahn.

In generale, emerge, inoltre, che in futuro uno strumento per attrarre nuovi viaggiatori sarà la capacità di interagire con community social, legate da un interesse o senso di appartenenza (EM). Tuttavia, in un mondo tecnologico e iperconnesso, in futuro si faranno sempre più strada le esperienze di "digital detox", possibilmente a basso impatto ambientale, favorite anche da iniziative come quelle sostenute

in Veneto e Toscana, regioni che rispettivamente hanno lanciato il contest “off grid” (fuori dalla rete), “Recharge in Nature in the Heart of the Dolomites” e il “Digital Detox day” dello scorso 5 novembre. La lontananza dal web e a stretto contatto con la natura, si può associare a un'altra tematica “Human to Human” che sarà sempre più presente nei prossimi anni: i ritiri a tema, i retreats. A Samanà, in Repubblica Dominicana, per esempio, penisola famosa per il passaggio delle balene e i rigogliosi palmeti, si può prendere parte a rigeneranti esperienze “off grid”, incentrate sullo yoga. Temi come yoga e meditazione sono ancora quelli più richiesti, ma guadagnano molto spazio anche passioni come la musica, il ricamo e il lavoro a maglia, la scrittura, il cibo - nel 2019 la gastronomia è stata un fattore determinante per il 55% dei viaggiatori nelle scelte di viaggio in Europa – e la bicicletta. Da tenere particolarmente d’occhio, i soggiorni vegani al 100%.