



F TOURISM & MARKETING
Josep Ejarque

Quali scenari per il turismo 2021?

Josep Ejarque



Scenario 2020- 2021



Unica certezza....

Scenario
2020-
2021

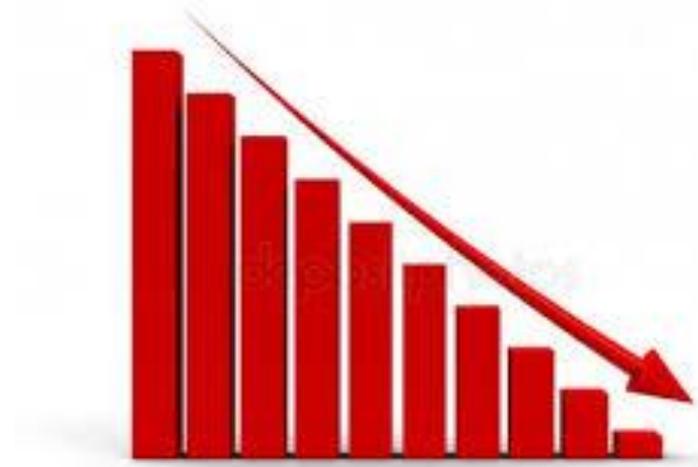


L'incertezza

Scenario 2020 - 2021

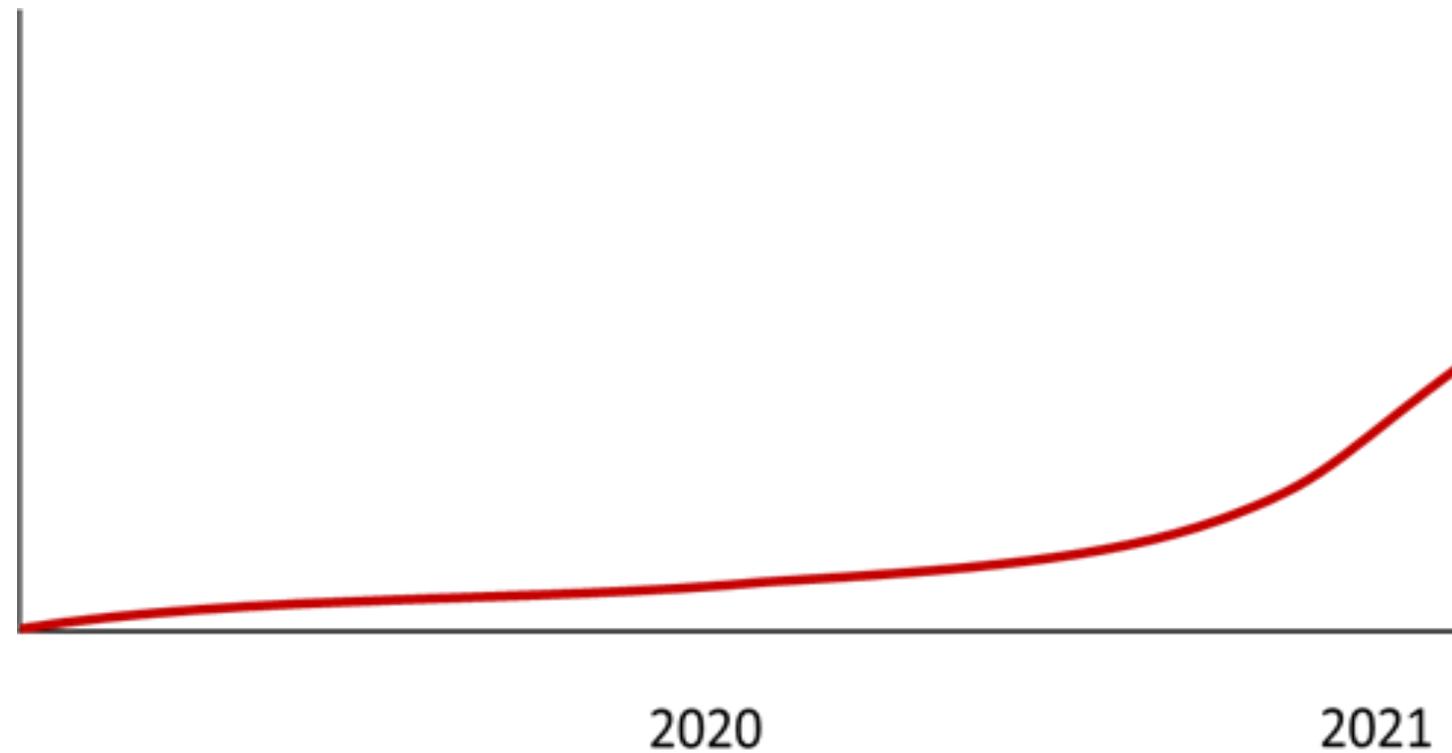
Turismo internazionale

- ✓ Contrazione del 22% nel primo trimestre del 2020
- ✓ Previsione caduta 60-80% per il 2020
- ✓ *Fonte: UNWTO*



Le scarse certezze che abbiamo oggi

Scenario
2020 -
2021



Turismo post Covid-19

Il quadro di oggi

Domanda caratterizzata da:

- *Domanda debole*
- *Permanenza media ridotta*
- *Minore capacità di spesa*
- *Richiesta di sicurezza*
- *Richiesta di flessibilità nella policy*
- *Prenotazione last minute/last second*
- *Mercato domestico*

Turismo post Covid-19

Il quadro di oggi

Offerta caratterizzata da:

- *Minore volume di offerta*
- *Minore capacità di offerta*
- *Incremento dei costi*
- *Minore RevPar*
- *Riduzione dei turisti internazionali*

Turismo post Covid-19

Il quadro di oggi

Una situazione caratterizzata da:

- *Concorrenza esacerbata fra destinazioni*
- *Contrazione*
- *Riduzione Booking Window*



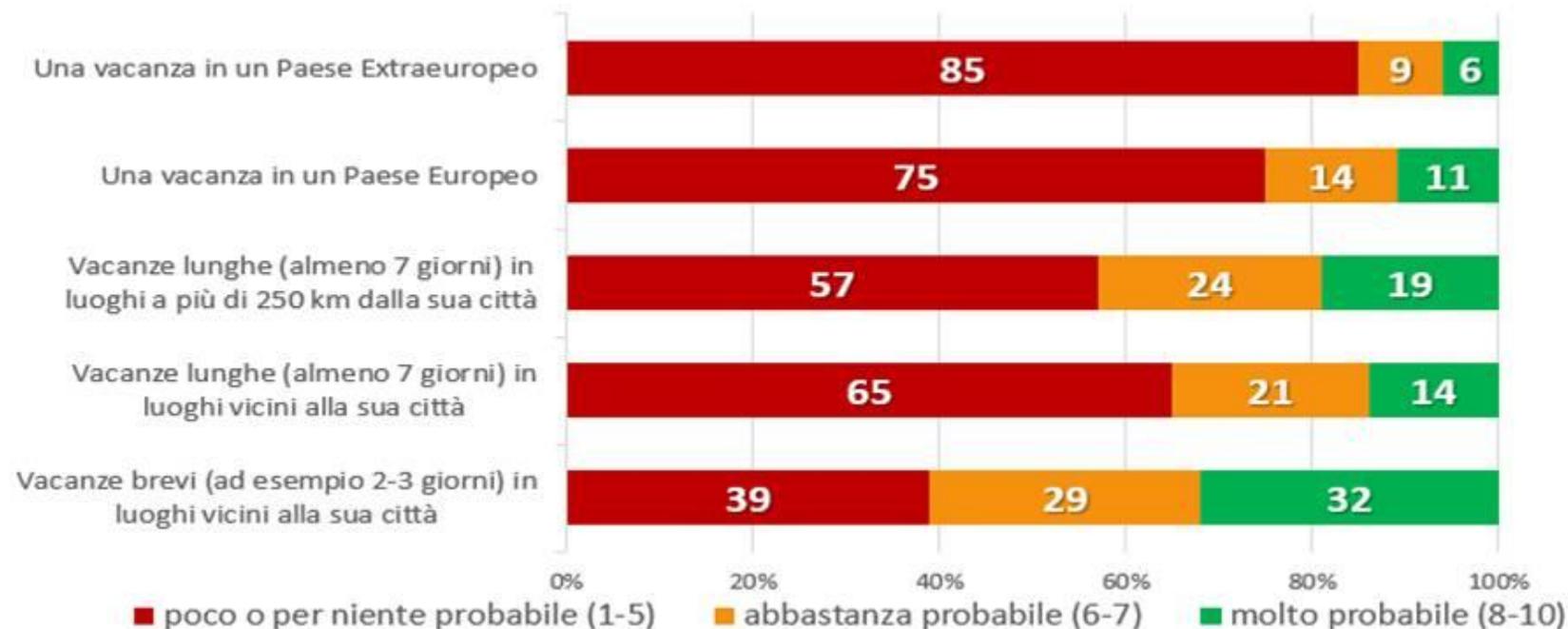
Turismo post Covid-19

Un mercato limitato...e critico

Pensi alla prima vacanza che potrà concedersi, terminata questa fase di emergenza.

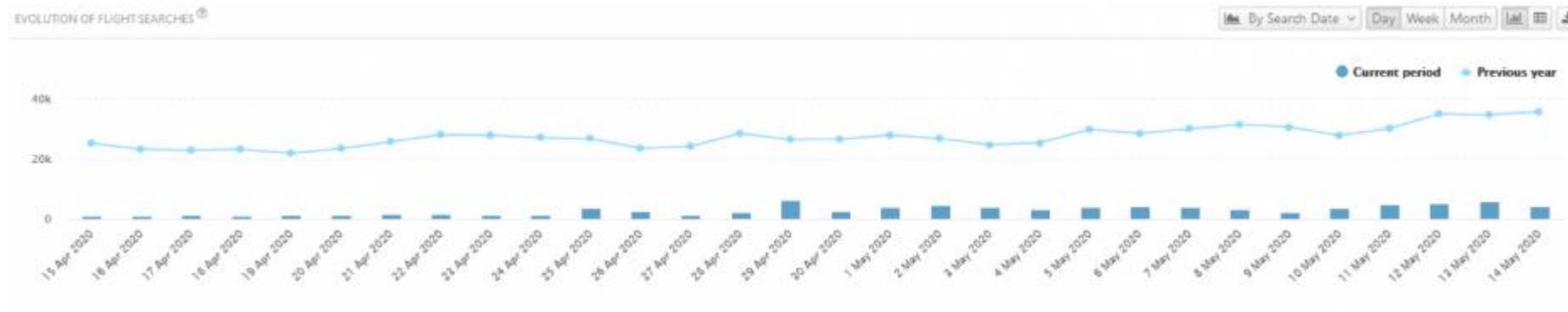
Con quale probabilità farà...?

N= 1035 valori %



Turismo post Covid-19

Un mercato italiano che comincia a cercare



Fonte: Mabrian

Turismo
post
Covid-19

Cresce la programmazione di voli e seats verso l'Italia



Turismo post Covid-19

Il turista è cambiato..

E anche le sue motivazioni e i suoi comportamenti!

Turismo post Covid-19

Il turismo post crisi Covid-19

* La premessa

Il Covid-19 è stato uno shock asimmetrico

- # Impatto sulla psicologia
- # Impatto sull'economia
- # Impatto sulle relazioni

Nel turismo dovremmo parlare di:



Turismo Pre Covid-
19

Turismo
Post Covid-
19

Turismo post Covid-19

Il turismo post crisi Covid-19

* Effetti/difetti

Criticità per il settore turistico

Domanda

Motivazioni profonde nelle abitudini e nei comportamenti del turista consumatore

Offerta

Rigidità del sistema turistico



Turismo post Covid-19

Il turismo post crisi Covid-19

* Effetti/difetti

Le domande da porci per capire il turista post Covid-19

- # Quale sarà il comportamento
- # A quali fattori/elementi sarà valore
- # Come pianificherà
- # Come si dovrà comunicare le proposte
- # Come si dovrà commercializzare l'offerta



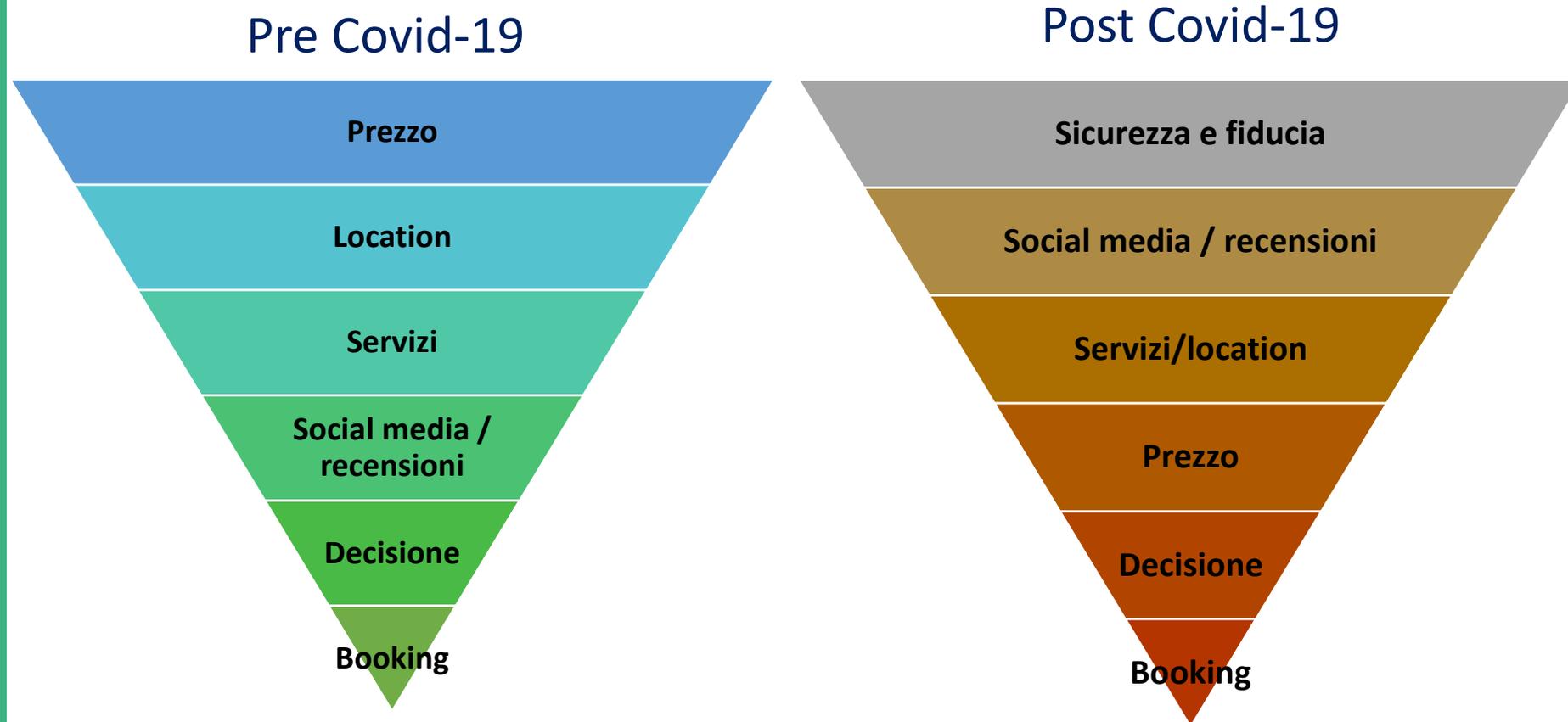
Turismo post Covid-19

Per anticipare e rispettare i bisogni e le motivazioni dei turisti, è necessario capire e comprendere come si comporteranno i turisti e quali saranno le loro aspettative

Cambiamento psicologico nel turismo

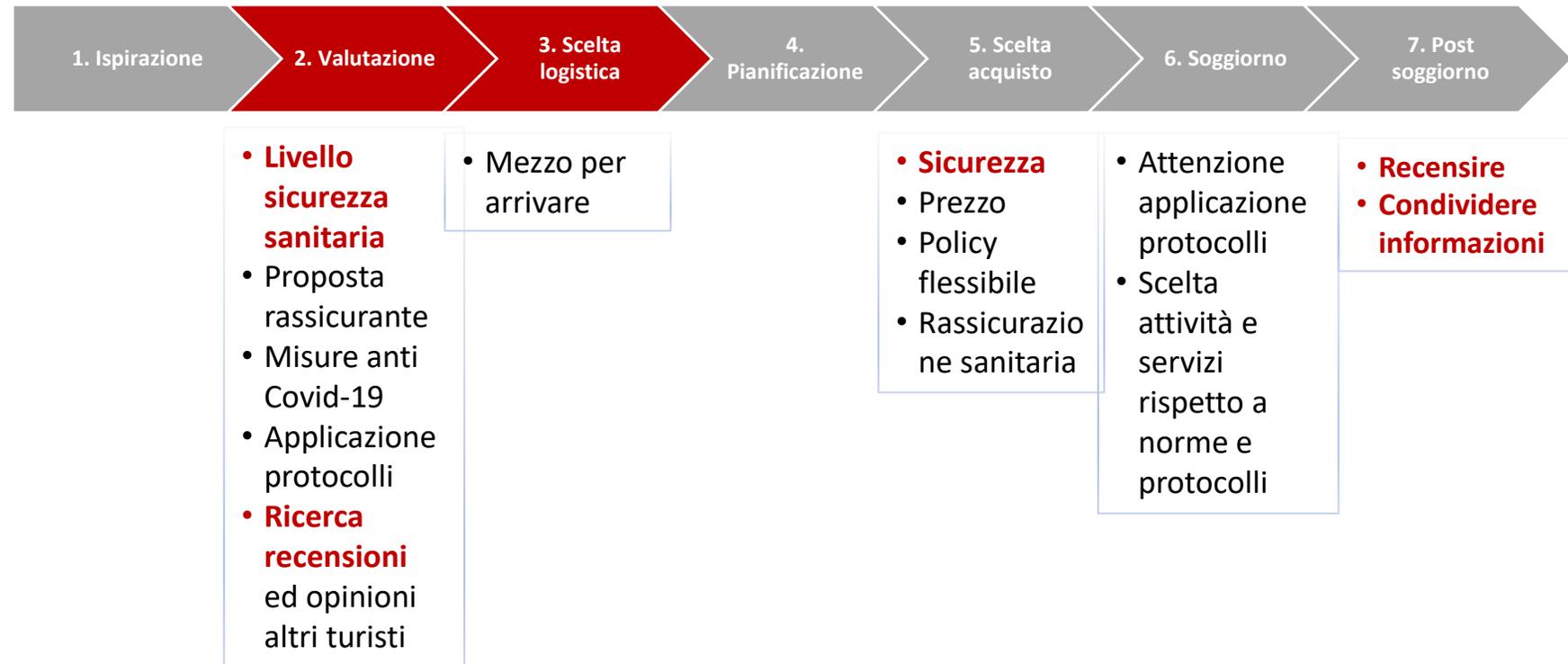
Come cambia il processo di scelta?

Turismo
post
Covid-19



Abbiamo un nuovo customer journey

Turismo post Covid-19



Il nuovo customer journey Analisi turistica post Covid-19

Turismo
post
Covid-19



Survey online

867 risposte

-Italia

-Francia

-Germania

-Olanda

-Spagna

Turismo post Covid-19

I profili dei turisti



È il segmento denominato turista “only adults”, viaggiano in coppia e cercano delle esperienze da fare e condividere.

Le sue motivazioni sono la disconnessione, visite cultural, turismo urbano ed esperienze gastronomiche.

È un segmento ampio, pertanto selezionato perché è importante fare dei contenuti mirati:

- Coppie fra i 25 e i 45 anni
- Coppie fra i 45 e i 55 anni



Viaggiano in coppia e con coppie che sono degli amici.

Sono in età matura e sono già in pensione o vicini, per questo motivo hanno un approccio rilassato. Dispongono di tempo libero e una situazione economica consolidata.

Vogliono principalmente esperienze culturali, rilassarsi, ecc.

È stato selezionato perché è importante fare dei contenuti mirati:

- Da 55 a 65 anni
- + di 65 anni

Turismo post Covid-19

I profili dei turisti



Ricercano delle attività e delle esperienze che possono fare con i figli.

Sono interessati alle visite culturali ed anche di intrattenimento.

Vogliono comodità e comfort.



Sono individui giovani che viaggiano in piccoli di amici

Vogliono esperienze di gruppo, spesso attività outdoor, però anche visite culturali o esperienze urbane.

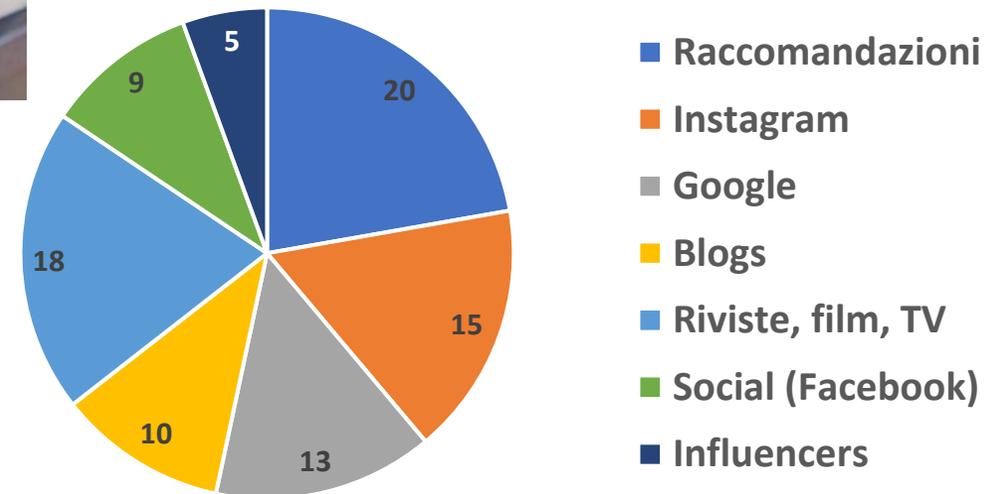
La loro priorità è divertirsi e fare cose nuove, in condivisione.

Turismo
post
Covid-19

L'ispirazione
Ricerca di informazione



Coppie

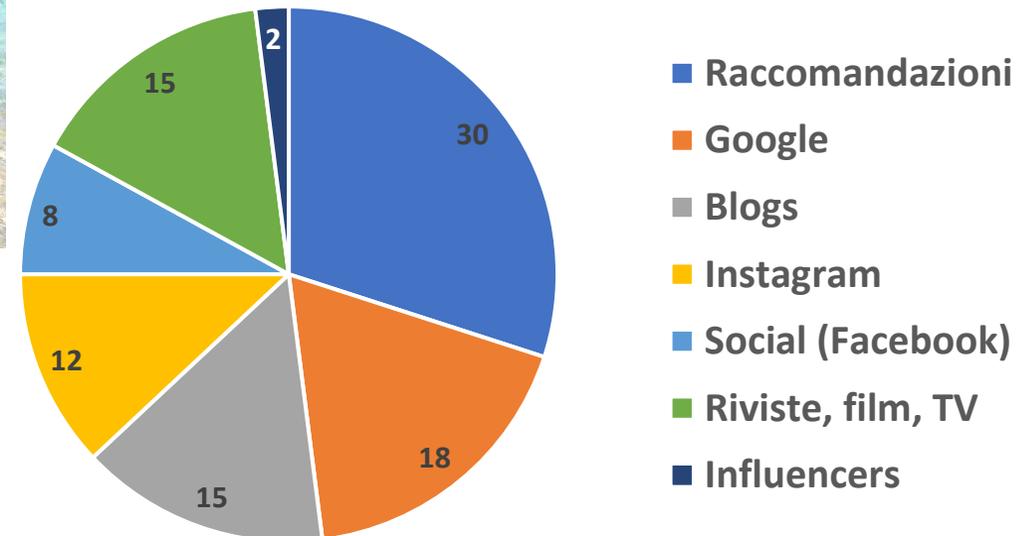


Turismo post Covid-19

L'ispirazione *Ricerca di informazione*



Famiglie

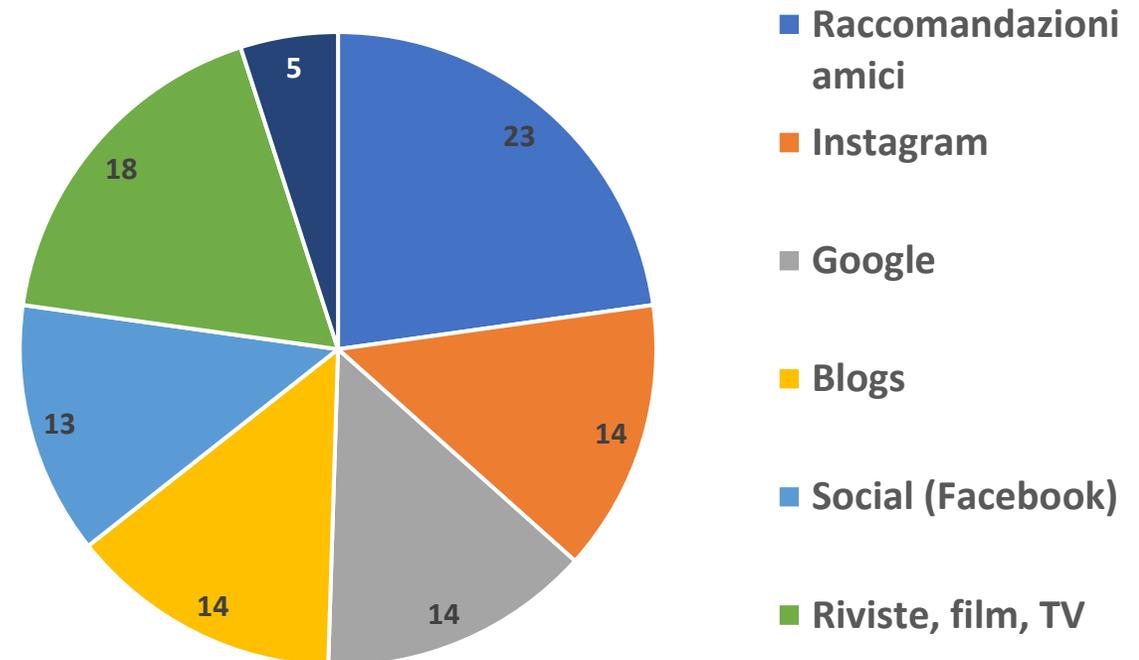


Turismo post Covid-19

L'ispirazione *Ricerca di informazione*



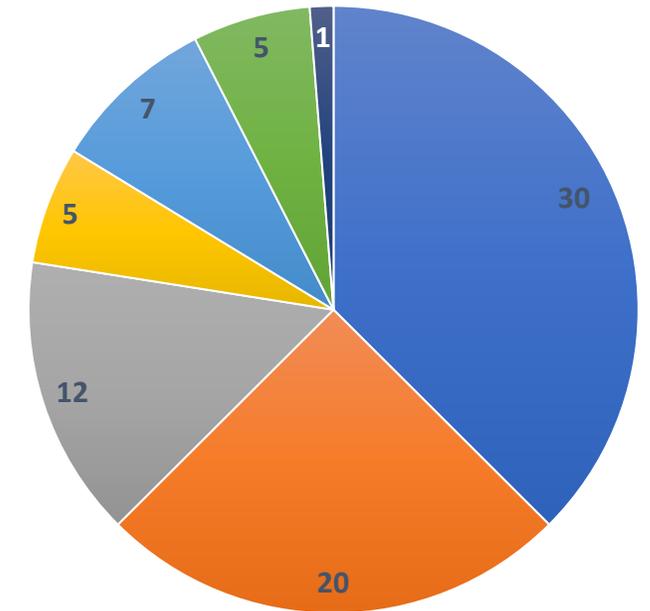
Giovani



L'ispirazione

Ricerca di informazione

Senior



- Raccomandazioni amici
- Riviste, film, TV
- Blogs
- Instagram
- Social (Facebook)
- Desideri
- Influencers

Turismo
post
Covid-19

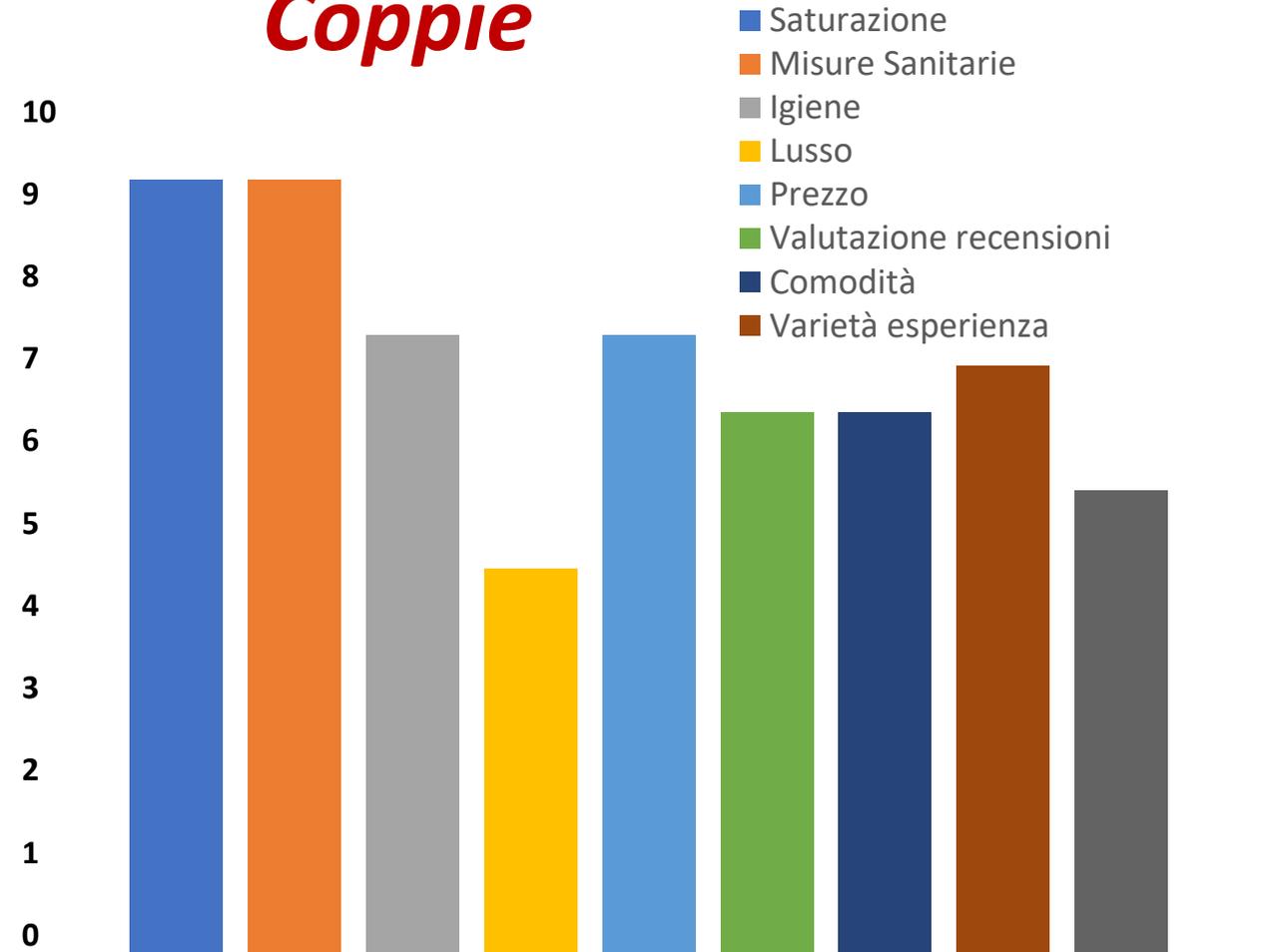
I fattori di scelta

Turismo
post
Covid-19

Priorità su:
Misure sanitarie
Prezzo
Saturazione
destinazione



Coppie



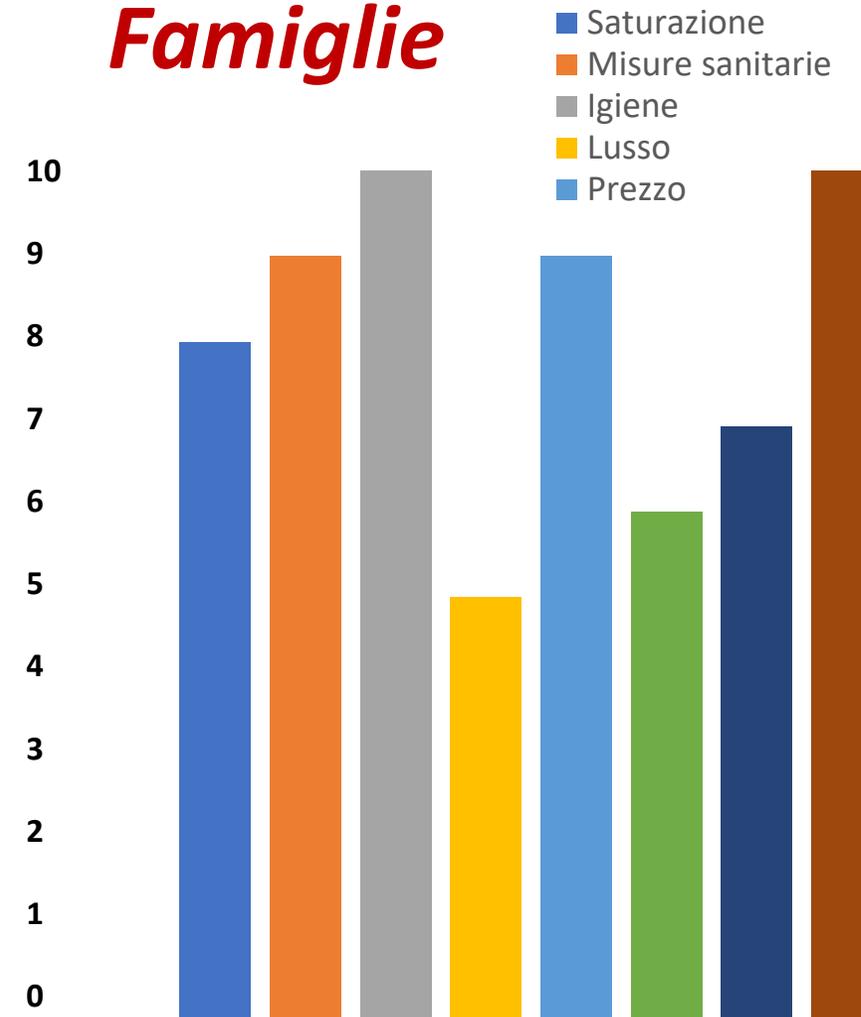
Turismo post Covid-19

I fattori di scelta

Priorità su:
 # Misure sanitarie
 # Prezzo
 # Saturazione destinazione



Famiglie



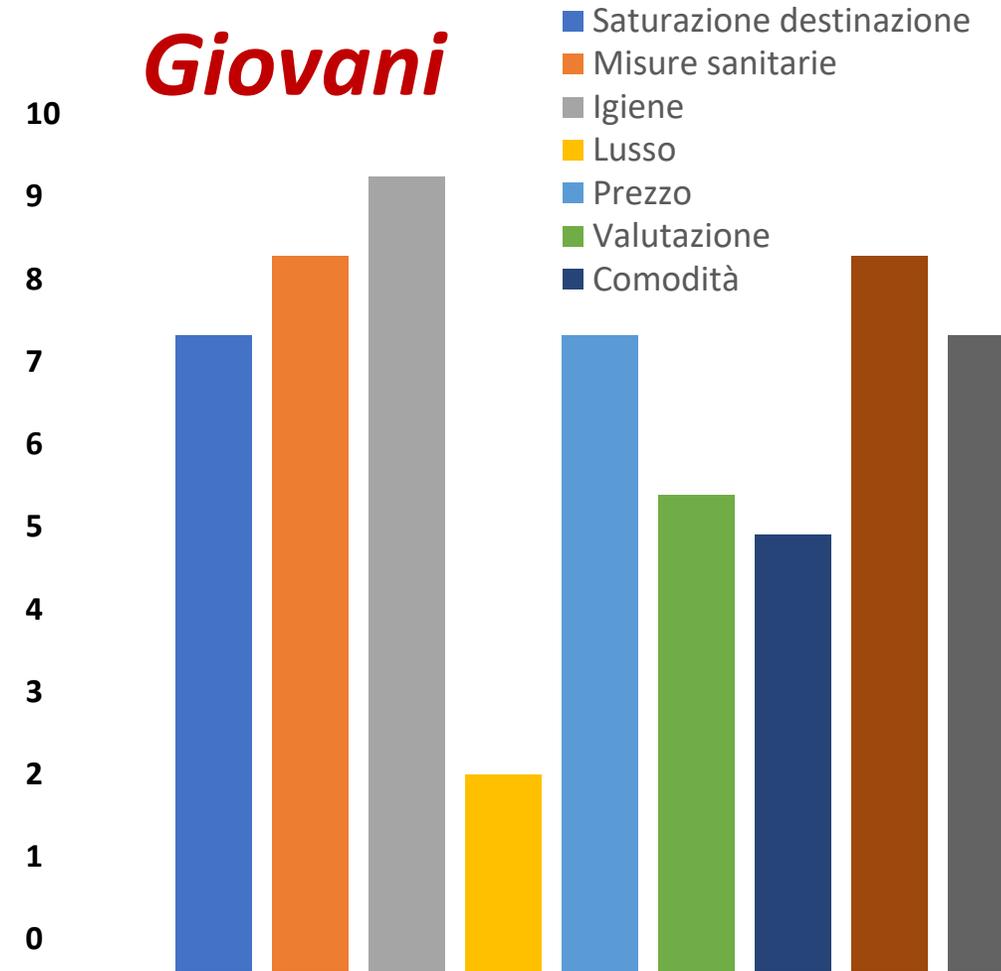
I fattori di scelta

Turismo post Covid-19

Priorità su:
Misure sanitarie
Prezzo
Saturazione destinazione



Giovani



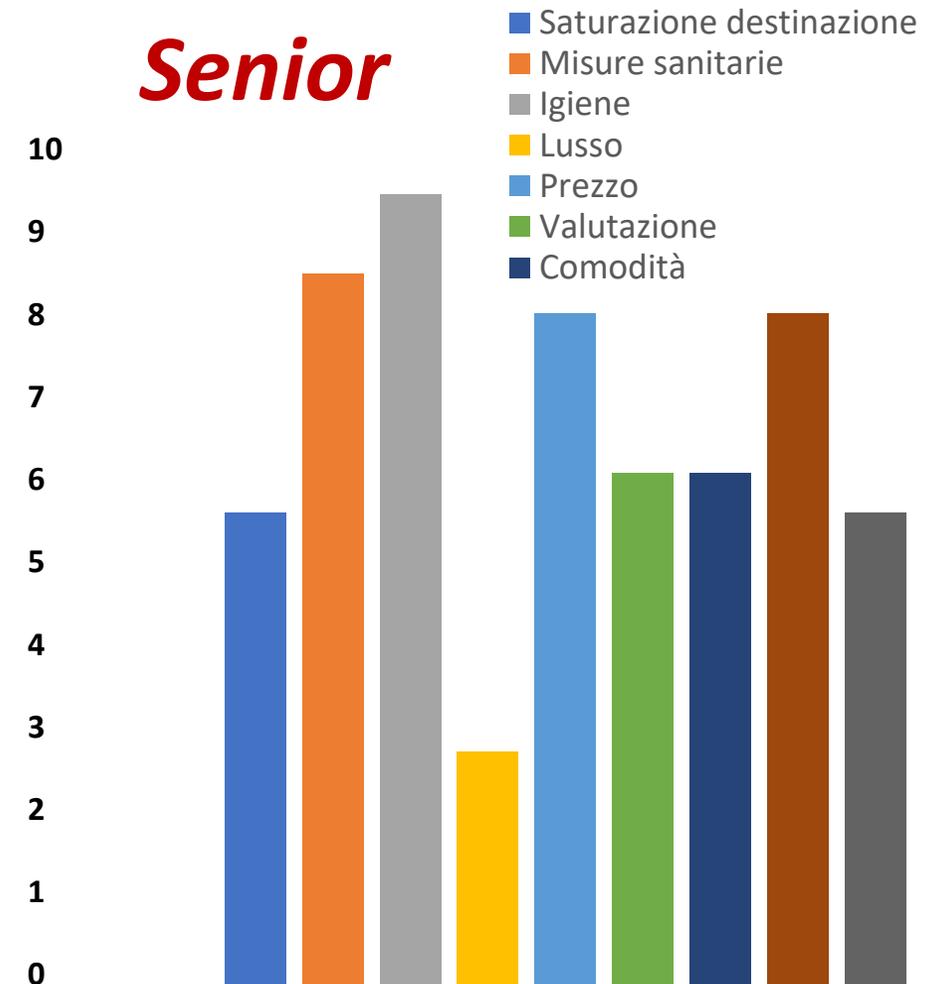
Turismo post Covid-19

I fattori di scelta

Priorità su:
Misure sanitarie
Prezzo
Saturazione destinazione



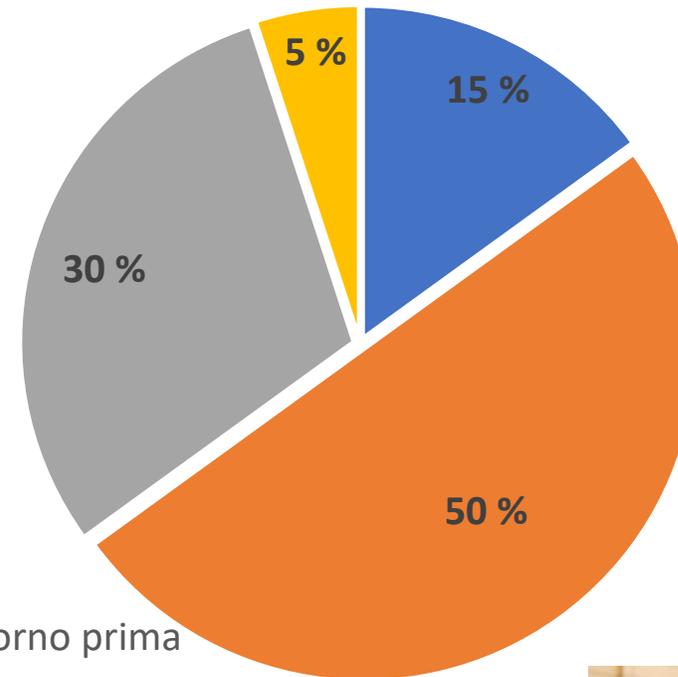
Senior



Turismo
post
Covid-19

Booking window

Coppie



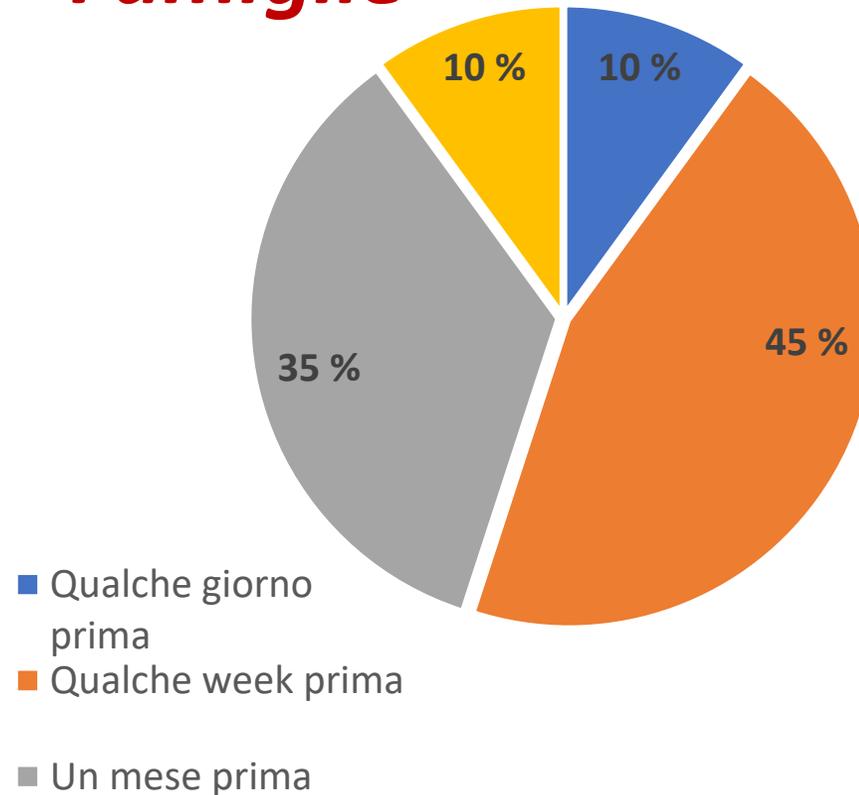
- Qualche giorno prima
- Qualche week prima
- Un mese prima
- Più di un mese prima



Booking window

Turismo
post
Covid-19

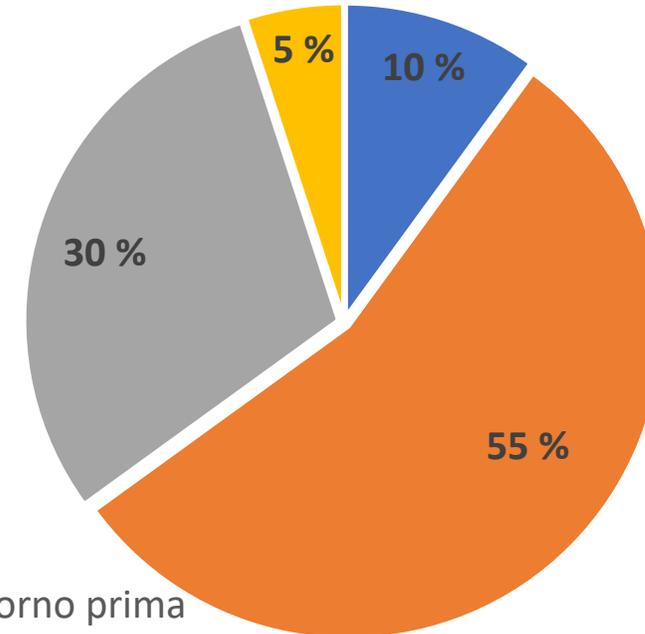
Famiglie



Booking window

Turismo
post
Covid-19

Giovani



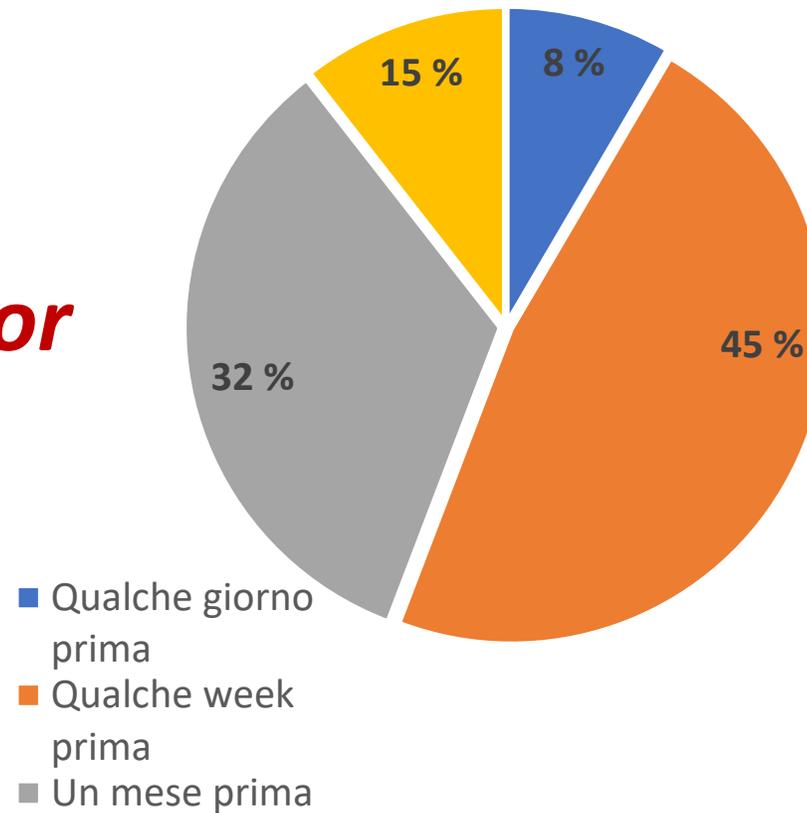
- Qualche giorno prima
- Qualche week prima
- Un mese prima
- Più di un mese prima



Booking window

Turismo
post
Covid-19

Senior



Scenario 2020

#nonandràtuttobene

Il 2020 è una lotta per la sopravvivenza

Scenario 2021

Previsioni influenzate da molte variabili

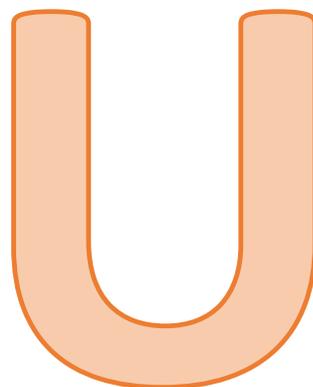
- # situazione economica italiana**
- # situazione economica generale e mondiale**
- # recupero traffico aereo**
- # evoluzione Covid-19**



Ma tutto dipenderà dalla situazione economica

Gli scenari economici: attivazione economica

Scenario
2021



Scenario 2021

I due fattori di base

evoluzione Covid-19

reazione governi (misure sanitarie, controlli, quarantena, ecc.)

reazione della domanda (psicologica) –
comportamento della domanda

Reazione dei governi (restrizioni)	Cambiamento	Comportamento della domanda	
	Strutturale	S-1 Riconfigurazione offerta	S-2 Configurazione domanda internazionale
Evoluzione Covid-19	Congiunturale	S-3 Cambio qualitativo della domanda domestica prioritaria	S-4 Ritorno alla situazione pre Covid-19

I due fattori da considerare

capacità reattiva del settore turistico

cambiamento della domanda turistica

Scenario 2021

	Cambiamento	Capacità reattiva settore turistica	
	Cambiamento della domanda e comportamento turistico	<i>Qualitativo</i>	S-1 (reattivo) Mantenimento modello con modifiche <i>Business as usual</i>
<i>Qualitativo e quantitativo</i>		S-3 (reattivo) <ul style="list-style-type: none"> • Minore domanda • Nuovi comportamenti • Adattamento lento • Mortalità media 	S-4 (proattivo) <ul style="list-style-type: none"> • Nuovo modello ed adattamento • Mortalità minore

Scenario 2021

Le prime tendenze del 2021

Vacation Types in Next Year

% who say they expect to take the following types of vacation in the next 12 months

	All	AU	BE	BR	CA	CN	FR	DE	IN	IR	IT	JP	NZ	PH	PL	RO	SG	ZA	SP	UK	USA
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Cruise	4	3	2	2	4	2	4	4	8	3	4	1	3	2	3	1	5	8	2	3	6
Domestic vacation in your country	49	50	27	40	27	55	42	38	50	40	47	30	59	43	51	49	16	40	54	41	46
Foreign long-haul vacation (i.e. in a different part of the world)	9	12	10	11	12	6	7	11	13	15	6	4	8	7	6	8	20	10	7	18	11
Foreign short-haul vacation (i.e. in a nearby country)	12	10	29	9	12	11	17	25	15	25	13	3	14	8	13	14	35	8	12	25	10
Staycation in your local area	30	21	11	24	26	40	16	16	23	15	20	40	18	29	22	18	14	18	21	16	20
I'm not planning on taking any vacations	28	32	41	28	39	23	32	32	28	28	26	38	26	31	25	27	34	36	24	29	33

Fonte: Globalwebindex. GWI Coronavirus Research | May 2020 Multi-market research wave 4

Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Turismo domestico
Staycation
Short haul

Vacation Types in Next Year

% who say they expect to take the following types of vacation in the next 12 months

	Gen Z	Millennials	Gen X	Baby Boomers	Female	Male	Higher Income	Lower Income
	%	%	%	%	%	%	%	%
Cruise	4	5	2	3	4	4	5	4
Domestic vacation in your country	45	51	48	45	46	51	56	35
Foreign long-haul vacation (i.e. in a different part of the world)	5	11	6	9	7	10	15	5
Foreign short-haul vacation (i.e. in a nearby country)	11	16	9	9	11	13	18	9
Staycation in your local area	24	33	30	21	30	29	32	23
I'm not planning on taking any vacations	32	23	31	34	30	26	20	38

Question: Which type(s) of vacation do you think you'll take in the next 12 months?

Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021 La sicurezza si afferma come priorità

Important Vacation Factors

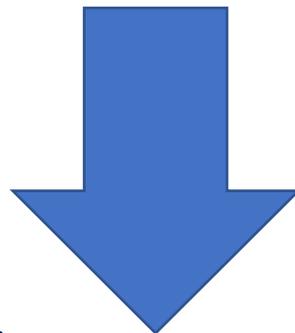
% who say the following will be important to them in their next vacation

	All	AU	BE	BR	CA	CN	FR	DE	IN	IR	IT	JP	NZ	PH	PL	RO	SG	ZA	SP	UK	USA
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Booking with a brand I trust	16	11	8	12	9	19	11	8	24	14	6	10	9	9	9	7	14	16	8	15	11
Feeling safe	63	49	45	53	51	73	45	44	64	61	52	49	49	65	53	53	66	53	49	53	54
Flexible cancellation policies	17	17	18	12	22	14	17	18	25	19	15	9	21	13	13	11	27	14	19	24	23
Going somewhere I've been before	10	10	10	11	11	6	10	14	15	7	7	7	10	6	10	10	11	8	10	10	15
Going somewhere new	18	13	11	21	13	19	18	10	23	13	12	10	16	25	18	17	15	20	14	15	13
Price	31	40	36	43	41	26	38	30	32	35	36	23	48	31	41	36	43	40	32	32	35
Relaxation	48	36	35	39	35	57	23	51	47	28	43	47	37	48	45	46	41	45	37	35	38
Other	4	7	11	5	8	3	10	7	4	3	4	9	6	5	6	4	3	6	6	8	5

Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

La fine del turismo di
massa?



Trasformazione del
turismo di massa

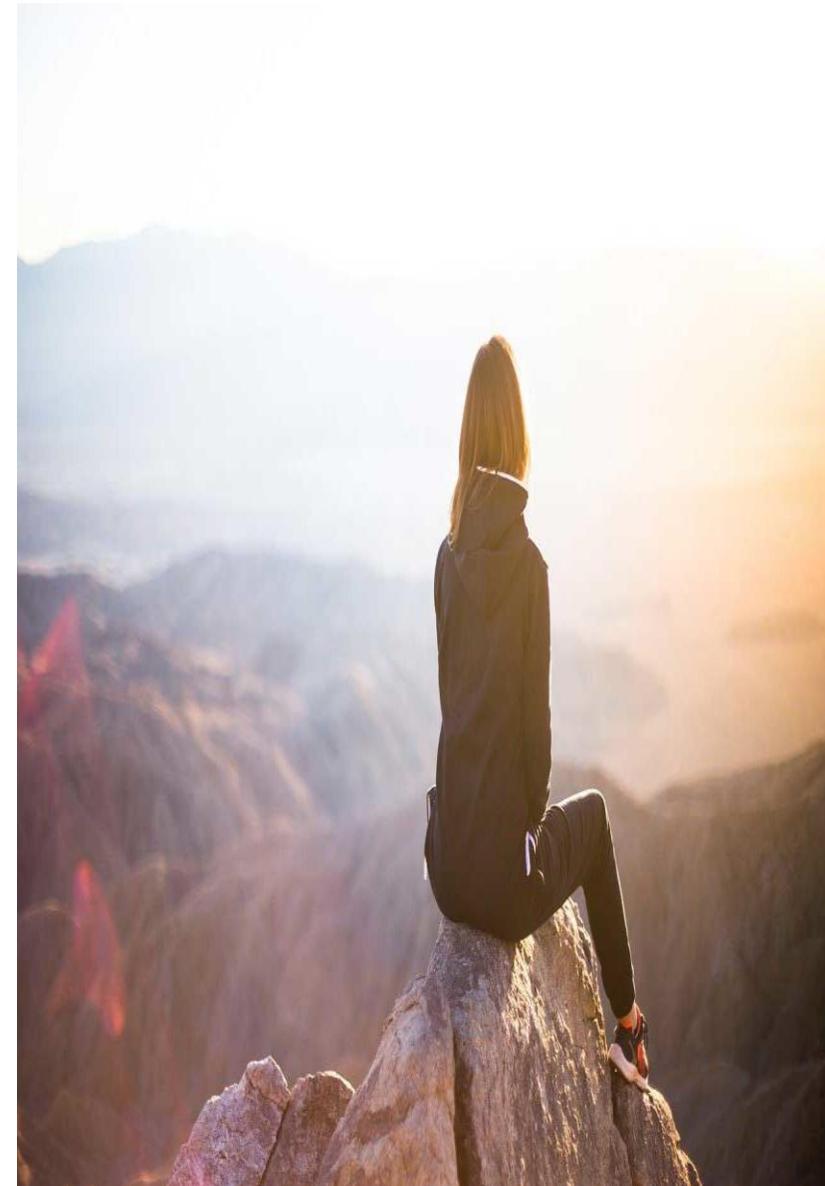


Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Crescita Undertourism

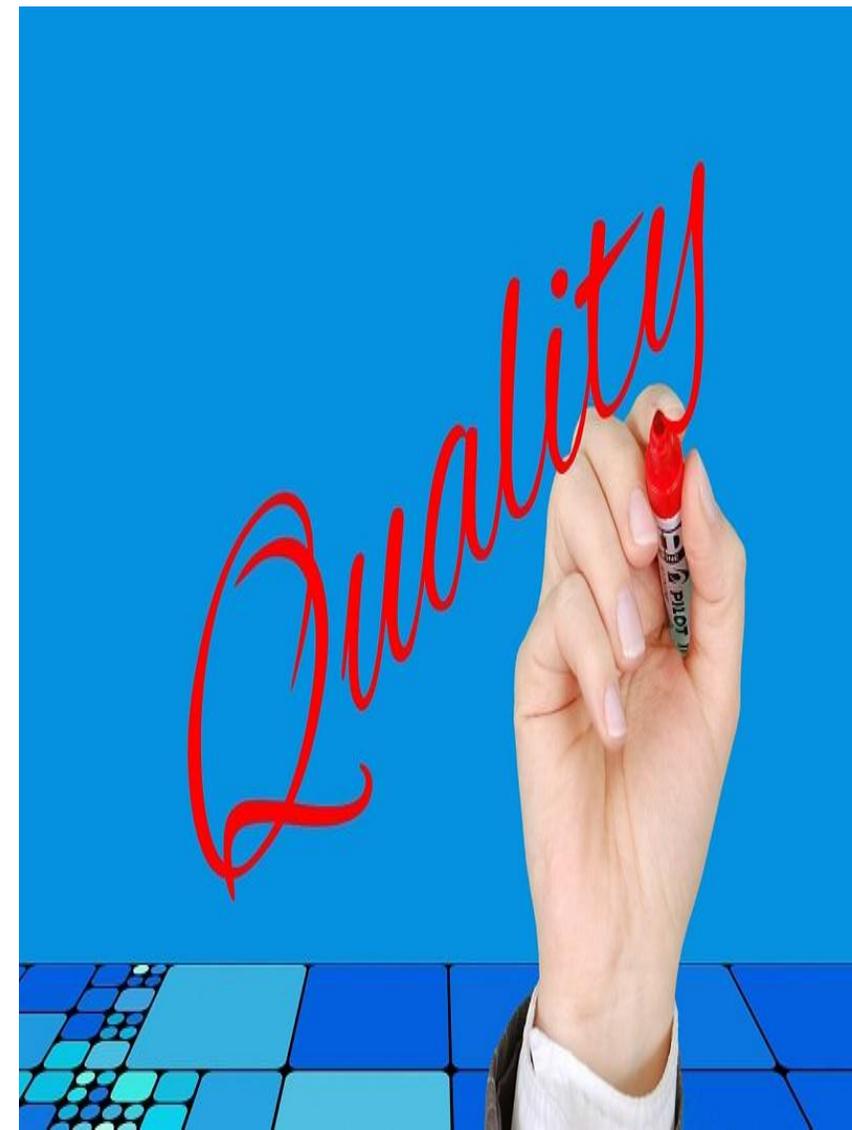
- Sviluppo delle destinazioni minori



Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Crescita dell'esperienza del
cliente in tutta la catena



Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Dal turismo di commodity al turismo «anytime & anywhere»

- **Staycation**
- **Workliday**
- **Micro Vacanze**
- **Micro Avventure**
- **Holistay**



Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Nuove tipologie di destinazione:

destinazione boutique

destinazione well being

destinazione green

destinazione orange

Scenario 2021

Le prime tendenze per il 2021

Affermazione nuovi tipologie di turismo:

turismo creativo - orange

turismo benessere

turismo green

turismo esperienziale

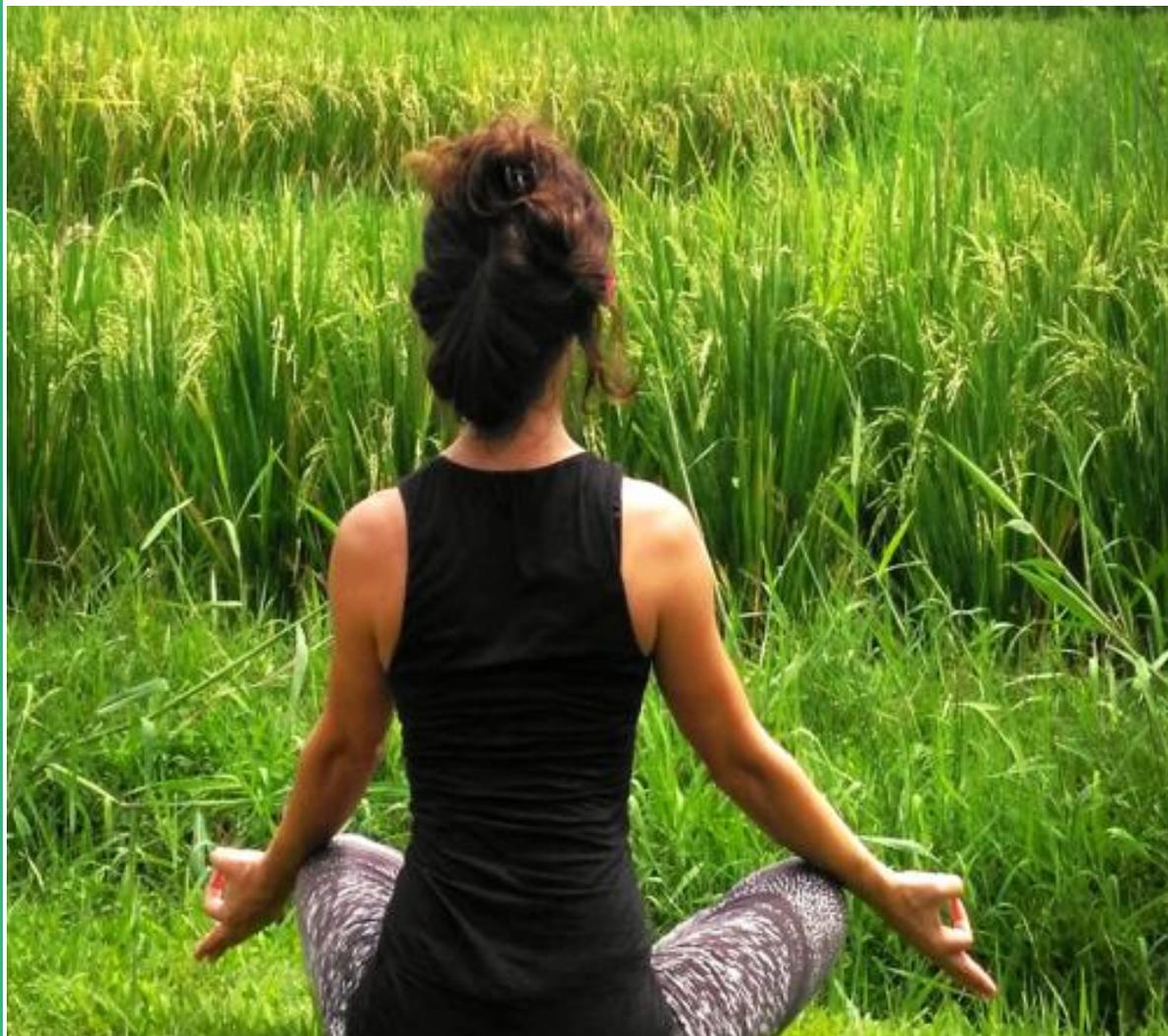
turismo comunitario

turismo olistico

turismo slow

Le prime tendenze per il 2021

Scenario
2021



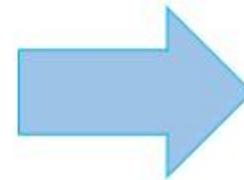
**Turismo
trasformatzionale
esperienze di
viaggio più
consapevoli e
rispettose**

***momenti di
trasformazione che
ci facciano
avvicinare alla
persona che
vorremmo essere***

Scenario 2021

**In essenza..... Trasformazione della domanda
turistica**

**Dal
luogo/cosa**



Al perché?



Scenario 2021

1. *Promozione vs marketing e prodotto*
2. *Business vs usual vs nuova proposta di valore*
3. *Pubblico vs pubblico-privato*
4. *Individualismo vs rete (co-opetition)*
5. *Disfattismo vs proattività*
6. *Mercato di domanda vs mercato di offerta*



Grazie!



F TOURISM & MARKETING
Josep Ejarque

La proprietà ed i diritti relativi al presente documento, ai sensi della Legge nr.518/1992 in materia di «Diritti d'Autore», sono in via esclusiva di FTourism & Marketing. Nessuna parte di questa presentazione può essere riprodotta e l'eventuale utilizzo della stessa da parte di terzi deve essere preventivamente autorizzato da FTourism & Marketing.