



## **Turismo: come sono cambiate le nostre vacanze dopo la pandemia**

### **Comunicato stampa FlixBus**

Autentico, intimo, sostenibile: è il viaggio ideale dei giovani italiani, intervistati dalla società di ricerche Squadrati nell'ambito dello studio *Cosa ci spinge a viaggiare*, realizzato per FlixBus. Lo studio si è focalizzato sulle categorie dei Millennials e della Generazione Z, analizzandone l'evoluzione delle priorità in viaggio alla luce dei cambiamenti sociali indotti dalla pandemia e dell'affermazione di nuovi valori.

«Negli ultimi anni le persone si sono avvicinate in modo costante a forme di viaggio sempre più virtuose e responsabili, nonché legate a una dimensione più autentica ed esperienziale. Con la nostra rete capillare di mobilità collettiva, possiamo rispondere a questa esigenza rendendo possibili forme di viaggio più sostenibili, sempre più slegate dal mezzo privato e consapevoli delle specificità locali. Da qui, l'impegno a collegare mete penalizzate dalla carenza di collegamenti ferroviari e aeroportuali anche attraverso la creazione di hub di interscambio, con la possibilità di valorizzare itinerari meno noti rispetto a quelli canonici del turismo di massa e di creare un indotto per le economie locali. Non è un caso che il 40% delle fermate FlixBus in Italia si trovi in centri con meno di 20.000 abitanti», ha dichiarato Andrea Incondi, Managing Director di FlixBus Italia.

«Riteniamo essenziale rispondere in modo puntuale alle mutate esigenze delle persone, non solo per poter garantire un servizio sempre più in linea con i loro bisogni, ma anche per poter supportare al meglio il settore turistico nella promozione del patrimonio nazionale, anche in sinergia con altre realtà. Speriamo che il lavoro portato avanti con Squadrati possa offrirsi come spunto anche per gli altri operatori», ha concluso Incondi.

Più «esploratori», meno «turisti»: l'esperienza autentica vince sempre di più sul turismo "mordi e fuggi"

Vivere a fondo una comunità, entrare in sintonia con le persone e lasciare che i ritmi del luogo scandiscano il proprio soggiorno, anziché dettare i propri. Secondo l'indagine, sempre più viaggiatori manifestano questa volontà nel post-Covid: il 33% degli intervistati dichiara di preferire viaggi «formativi» «per scoprire luoghi e città con gli occhi dell'esploratore, non del turista» (contro il 26% del pre-Covid, per un aumento di 7 punti percentuali in soli tre anni). Analogamente, è cresciuto il desiderio di «vivere un'esperienza di arricchimento, di crescita personale» (dal 31% nel pre-Covid al 41% di oggi) e «vivere un'esperienza unica» (dal 32% al 36%).

Da questo confronto emerge la disponibilità sempre maggiore, da parte di chi viaggia, a lasciarsi sorprendere dalle peculiarità del contesto locale, con la rinuncia a proiettarvi indiscriminatamente i propri schemi.

Sembra quindi affermarsi sempre di più un nuovo modello di viaggiatore, fondato sull'apertura all'esperienza immersiva di una comunità e, in ultima analisi, sul rispetto per le sue specificità.



Il benessere personale: per oltre la metà dei giovani italiani è la priorità assoluta

Nella pianificazione di un viaggio, il benessere personale resta una condizione necessaria per la maggior parte dei giovani italiani: oggi il 47% di essi afferma di preferire viaggi «di relax, per ritrovare il proprio benessere», contro il 36% del pre-pandemia. Per il 55% delle persone coinvolte, inoltre, viaggiare significa «staccare la spina, allontanarsi dalla routine», contro il 40% dell'era pre-Covid (inferiore di ben 15 punti percentuali).

Anche nell'ambito del viaggio sembra dunque riflettersi la centralità che, negli anni della pandemia, è stata accordata in modo crescente al concetto di wellbeing nel dibattito sociale, con una consapevolezza rinnovata, da parte delle persone, del diritto a godere di uno spazio proprio e della necessità di tutelare tale spazio, separando nettamente sfera privata e lavorativa e ricercando momenti di qualità.

In pochi è meglio: nel turismo del post-pandemia, gli affetti stretti contano più delle grandi compagnie

Secondo i dati, oltre alla voglia di autenticità, fra i viaggiatori italiani del post-pandemia è cresciuto anche il desiderio di intimità, e

cioè di condividere l'esperienza del viaggio soprattutto con gli affetti più stretti.

Nella classifica dei viaggi preferiti, un gradino sotto i viaggi di relax, si piazzano infatti quelli «del cuore, per stare con le persone a cui si vuole bene», indicati dal 34% degli italiani appartenenti alle categorie dei Millennials e della Generazione Z (contro il 23% del pre-Covid). Inoltre, il 39% di essi indica la compagnia delle «persone care, gli amici, la famiglia» quale motivazione principale del viaggio (nel pre-Covid era il 31%).

A questo livello, si manifesta con forza il desiderio di riconnessione che ha accompagnato le persone nella fase di riapertura successiva alla pandemia, in una dimensione intima che riflette soprattutto la volontà di valorizzare i legami più profondi, dati per scontati fino all'avvento dell'emergenza sanitaria e poi condizionati dalle norme sul distanziamento, delineandosi come una sorta di riconquista dei legami più cari e preziosi.

Cresce l'interesse per la natura e la sua salvaguardia, in linea con una nuova coscienza ambientale

Nel confronto fra le abitudini di viaggio precedenti e successive all'avvento del Covid si riflette, infine, una rinnovata sensibilità, da parte delle persone, per il tema ambientale: sale di quattro punti percentuali la preferenza accordata ai viaggi «naturalistici, per immergersi e osservare la natura», che passano dal 27% del pre-Covid al 31% del post-Covid. Si consolida inoltre la nicchia dei viaggiatori che partono «da volontario, per aiutare gli altri o salvaguardare l'ambiente», che nella fase di ripartenza post-pandemia passano dal 3% al 4%.

**Comunicato stampa FlixBus - 20 luglio 2023**

Iscriviti alla [newsletter quotidiana gratuita di FERROVIE.IT](#) per ricevere tutte le mattine le ultime notizie.

Unisciti al nostro [canale WhatsApp](#) per aggiornamenti in tempo reale.

---

**Ferrovie.it** è dal 1997 il web magazine italiano dedicato alle ferrovie reali ed al modellismo ferroviario. E' vietata la riproduzione, anche parziale, di ogni contenuto del sito senza preventiva autorizzazione scritta della redazione. [Informativa sui cookie](#).

**(C) Ferrovie.it - Roma - P.I. 08587411003**