

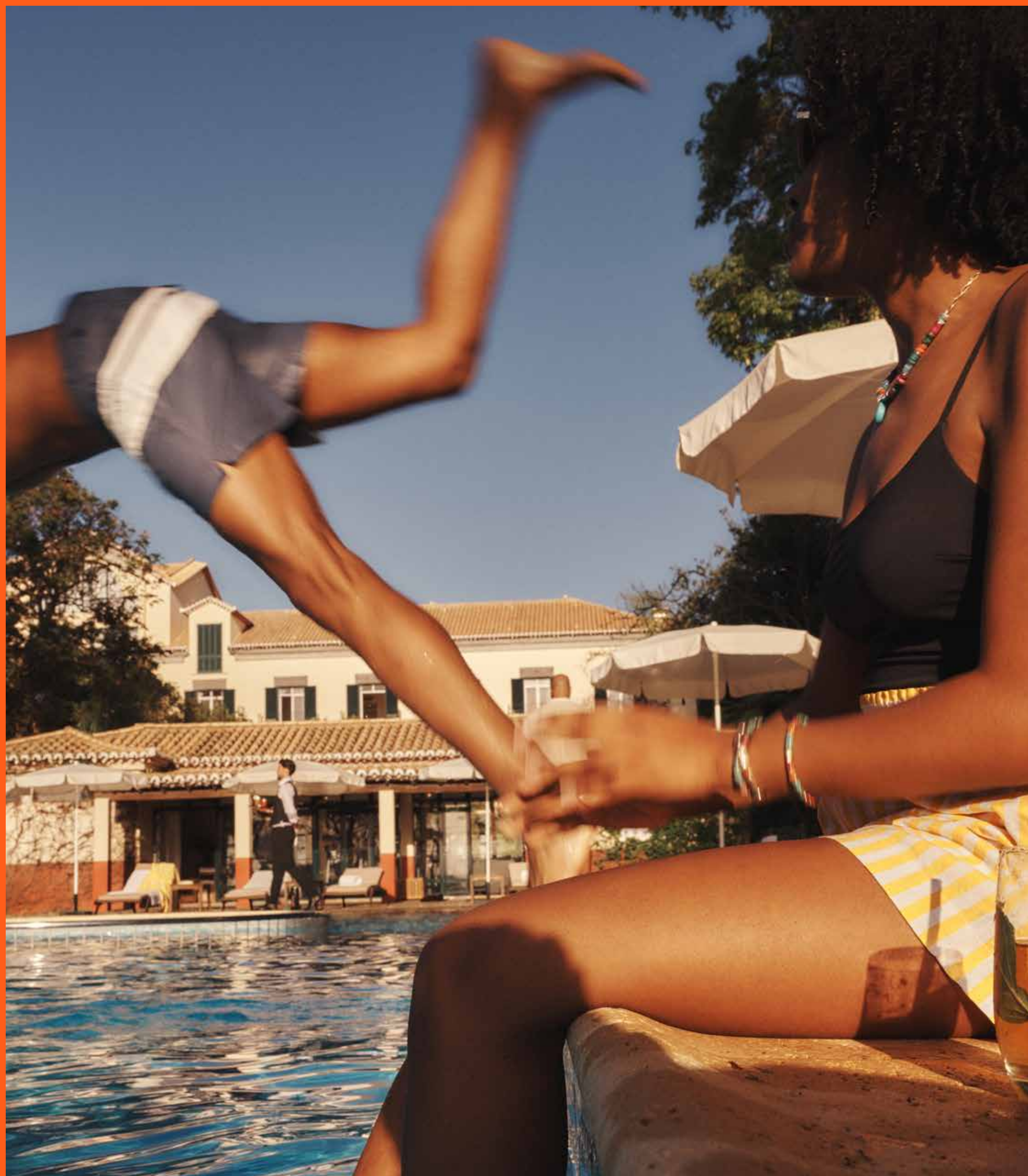
Un pack '25™

The Trends in Travel





Ti presentiamo Unpack '25, un report con previsioni su quali mete visiteranno i viaggiatori il prossimo anno e cosa sognano di fare in vacanza. Expedia, Hotels.com e Vrbo hanno analizzato dati di viaggio di prima parte e realizzato una ricerca globale per preparare la lista con le tendenze di quest'anno, che include viaggi a caccia di acquisti, viaggi lenti e un tipo di vacanza tradizionale rivisitata in chiave Gen Z.



"Expedia Group lavora costantemente per unire tecnologia e viaggi, rendendo l'esperienza di viaggio più semplice e piacevole. Il report Unpack è la nostra opportunità per riflettere su cosa stanno cercando i viaggiatori e come i nostri partner stanno innovando," ha dichiarato Ariane Gorin, CEO di Expedia Group. "Guardando le tendenze di quest'anno, non vedo l'ora di prenotare un viaggio a portata di clic o visitare mete alternative per la mia prossima vacanza."

Tendenze di viaggio

Metete alternative

Nel 2025 i viaggiatori non visiteranno solo destinazioni conosciute, ma scopriranno anche nuovi luoghi. Le mete alternative sono meno note e meno affollate rispetto ai posti più turistici, ma meritano sicuramente di essere inserite in un itinerario di viaggio, come destinazione principale o in aggiunta a essa.

Tutte le destinazioni inserite nella lista di mete alternative di Expedia hanno registrato un aumento dei volumi di ricerca nell'ultimo anno, e il 63% dei consumatori dichiara di volerne visitare una durante il prossimo viaggio*.



Krabi, Thailandia

Reims, Francia

Mete alternative di Expedia

In base all'aumento percentuale nelle ricerche di voli su Expedia:
Intervallo temporale delle ricerche: 1° settembre 2023 – 31 agosto 2024

Reims, Francia (in alternativa a Parigi)

Brescia (in alternativa a Milano)

Cozumel (in alternativa a Cancún)



Brescia



Waikato, Nuova Zelanda

Santa Barbara (in alternativa a Los Angeles)

Waikato, Nuova Zelanda (in alternativa ad Auckland)

Girona (in alternativa a Barcellona)

Fukuoka (in alternativa a Tokyo)



Fukuoka

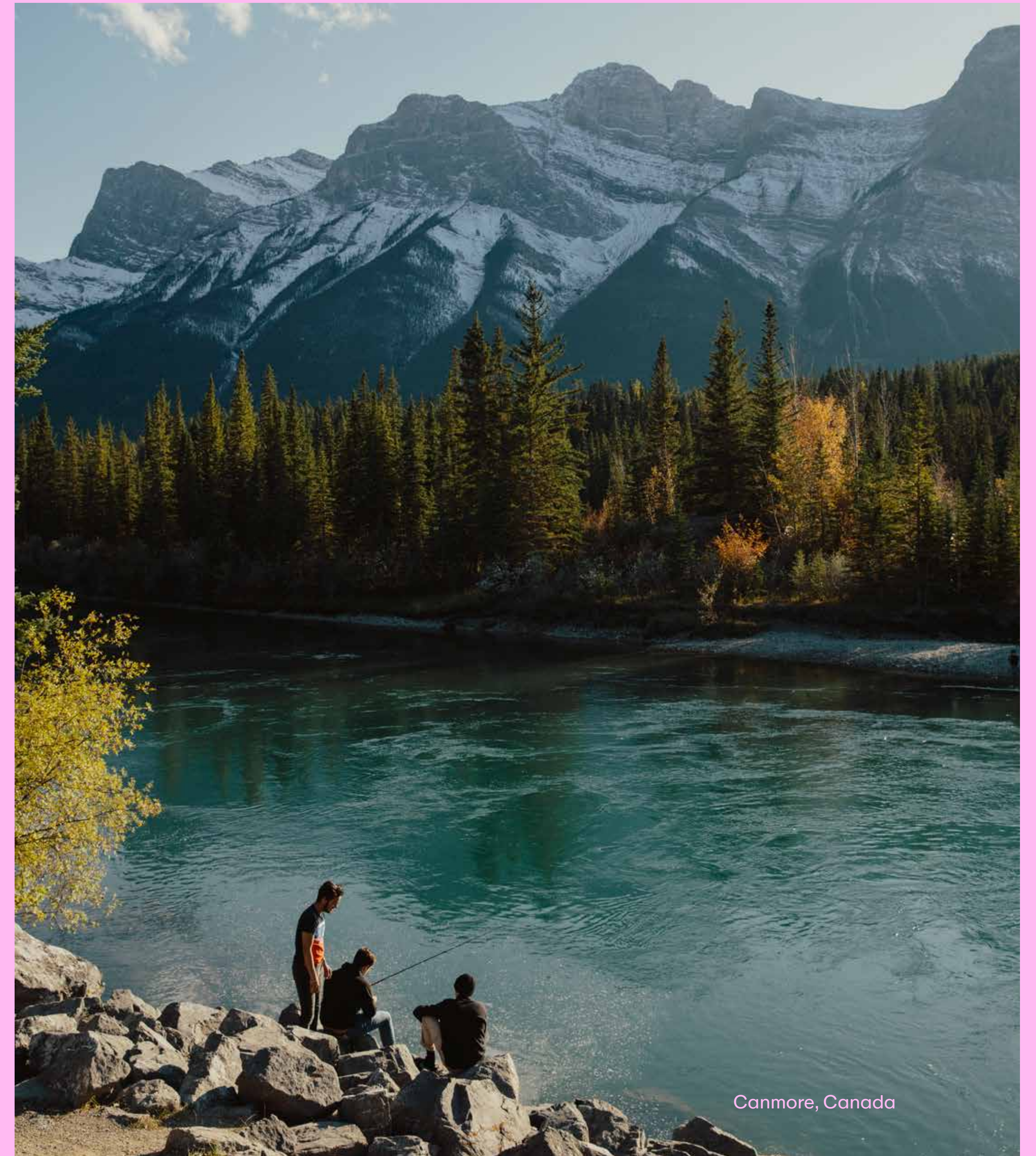
Abu Dhabi (in alternativa a Dubai)

Krabi, Thailandia (in alternativa a Phuket)

Canmore, Canada (in alternativa a Calgary)



Abu Dhabi



Canmore, Canada

Viaggi a caccia di acquisti



È ora di lasciare calamite e portachiavi nel negozio di souvenir. I viaggiatori sono alla ricerca di tesori che non possono trovare dalle loro parti e senza i quali non possono assolutamente tornare a casa. Su TikTok tutto è diventato virale: da una barretta di cioccolato di Dubai ai prodotti coreani per la cura della pelle, dalle caramelle del Giappone al burro francese. La generazione Z non vede l'ora di mettere le mani su questi prodotti speciali.

Oltre a visitare le attrazioni turistiche, i viaggiatori frequentano anche supermercati e negozi di alimentari locali per trovare prelibatezze del posto. In base ai dati del nostro sondaggio a livello globale, il 39% dei viaggiatori entra solitamente in un supermercato e il 44% compra prodotti locali che non riesce a trovare a casa*.

Tra i viaggi a caccia di acquisti più gettonati su Expedia ci sono i tour in cerca di caffè in Costa Rica, le degustazioni di tè in Cina e le esperienze dedicate al matcha in Giappone. Per i viaggiatori è indubbiamente iniziata una nuova era dei souvenir**.

***In base ai dati sulle attività a livello globale su Expedia tra il 1° gennaio e il 1° agosto 2024*



Secrets Playa Blanca
Costa Mujeres (Messico)



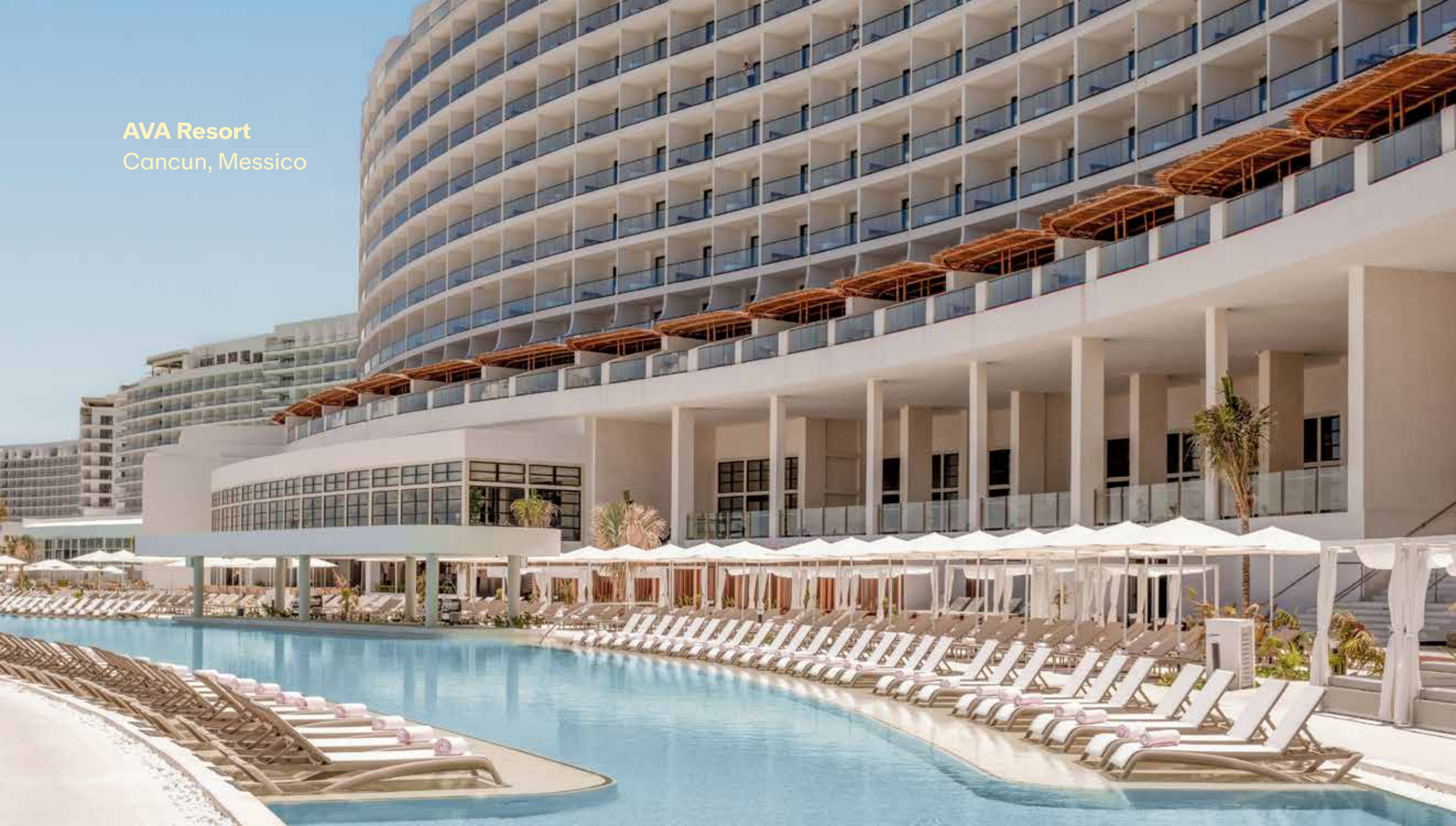
L'era dell'all inclusive

A volte le formule "tutto compreso" non hanno una buona reputazione, ma oggi i resort all inclusive stanno vivendo un momento di grande splendore, soprattutto tra i viaggiatori della Gen Z. Un terzo di questi afferma che la propria percezione della formula all inclusive è cambiata in meglio, e per il 42% un resort all inclusive sarebbe la tipologia di hotel preferita*. L'hashtag #allinclusive è di tendenza su TikTok** e le ricerche su Hotels.com che utilizzano il filtro "all inclusive" sono aumentate del 60% in un anno***. Grandi catene come Hyatt e Marriott hanno aggiunto la categoria all inclusive, e i resort di tutto il mondo stanno valorizzando l'esperienza "tutto compreso".

**Dati sulle tendenze degli hashtag di TikTok: Creative Center

***In base ai dati sulla ricerca di hotel a livello globale su Hotels.com tra il 1° gennaio e il 1° luglio 2024, rispetto al periodo 2 luglio - 31 dicembre 2023.

AVA Resort
Cancun, Messico



Perché la prossima generazione di viaggiatori sta scegliendo le strutture all inclusive? Il 41% dei viaggiatori della Gen Z afferma che la riduzione dello stress è il motivo principale per cui sceglie la formula all inclusive, seguito dalla facilità di prenotazione (39%) e la sensazione di lusso (38%)*.

Sei in cerca di ispirazione? Hotels.com ha preparato una lista di strutture all inclusive in tutto il mondo per la tua prossima vacanza.

AVA Resort
Cancún (Messico)

Alpinresort ValSaa – Sport & Spa
Saalbach (Austria)

Secrets Playa Blanca
Costa Mujeres (Messico)

Royalton CHIC Antigua
Saint John's (Antigua)

Hotel Riu Palace Mauritius
Le Morne (Mauritius)

La rinascita degli hotel con ristorante

Quando scelgono un hotel, i viaggiatori non prenotano soltanto camere. Prenotano anche tavoli. I ristoranti degli hotel contribuiscono in maniera significativa ai guadagni delle strutture**, che perciò stanno perfezionando le loro offerte culinarie per soddisfare le esigenze dei viaggiatori. Le recensioni positive sui ristoranti, gli chef e i bar degli hotel sono aumentate del 40% in un anno su Hotels.com***.

**Smith Travel Research – “The Resurgence of the Hotel Restaurant,” Forbes

***In base ai dati sulle recensioni degli hotel su Hotels.com tra il 1° gennaio e il 4 luglio 2024, rispetto al periodo 1° gennaio – 4 luglio 2023



Quasi un terzo dei viaggiatori afferma che il servizio in camera offerto da un famoso ristorante dell'hotel li renderebbe più propensi a prenotare, mentre per il 31% la ragione principale sarebbe la prenotazione di tavoli al ristorante riservati esclusivamente agli ospiti della struttura*.

Ecco un elenco dei migliori hotel
con ristorante scelti da Hotels.com:



Susana Balbo Winemaker's House.

Hotel del Coronado Coronado, California

Nel 2025, l'Hotel del Coronado amplierà l'esperienza culinaria dei suoi ospiti con l'inaugurazione del celebre ristorante Nobu.

Susana Balbo Winemaker's House Chacras de Coria, Argentina

Gli amanti del vino potranno vivere un'esperienza gastronomica esclusiva con abbinamenti sapientemente curati presso questo boutique hotel di proprietà di Susana Balbo, rinomata produttrice di vino argentina.

ROMEIO Napoli Napoli

Il Ristorante Alain Ducasse è una nuova iniziativa del noto chef stellato Michelin, che ha nominato il talentuoso Alessandro Lucassino capo cucina di questa raffinata esperienza culinaria.

Viaggi lenti

Viaggi lenti

Viaggi lenti

Viaggi lenti



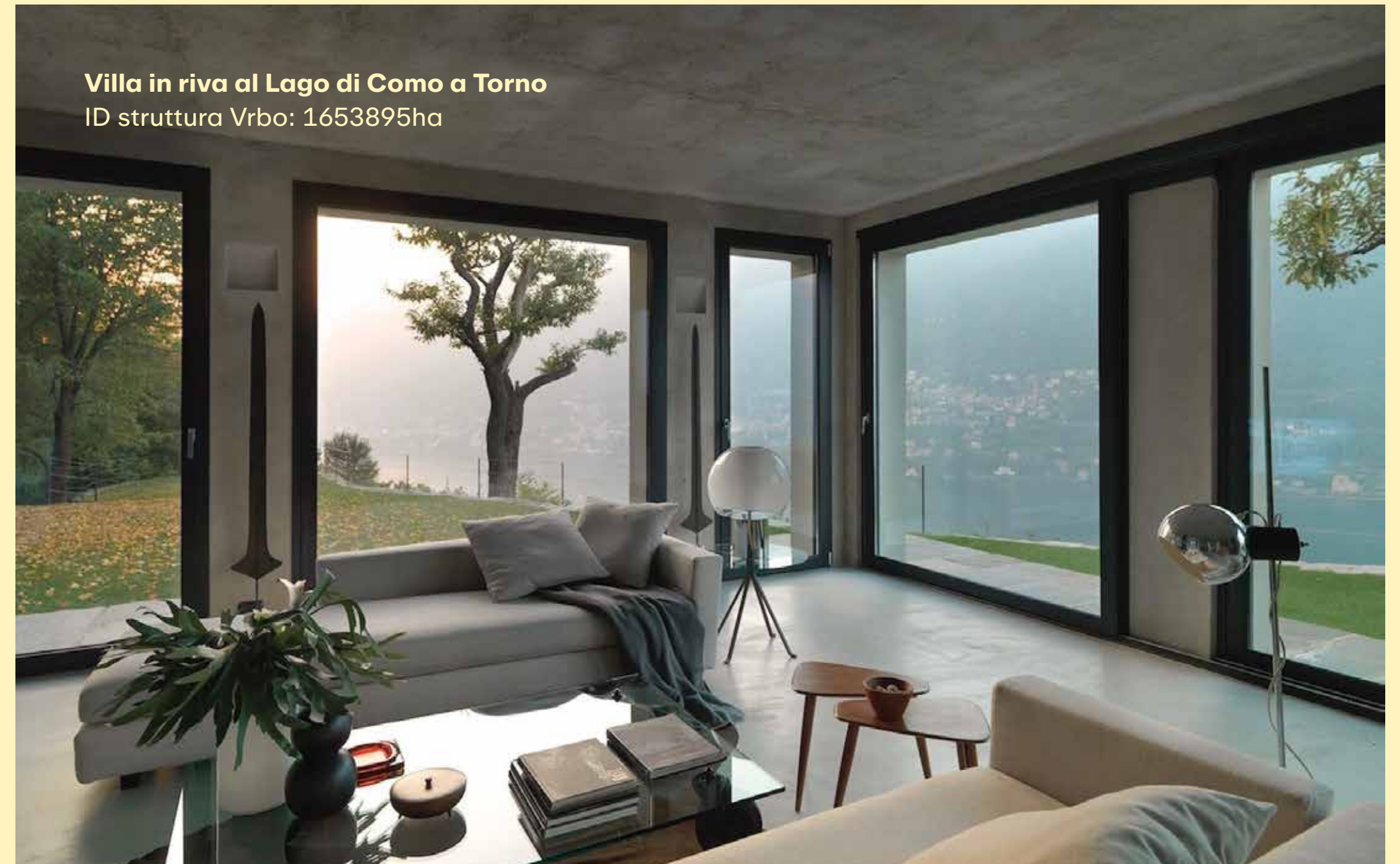
Villa privata a Tulum
ID struttura Vrbo: 7827116ha

Casa sulla spiaggia vista oceano ad Amelia Island, Florida
ID struttura Vrbo: 2410751



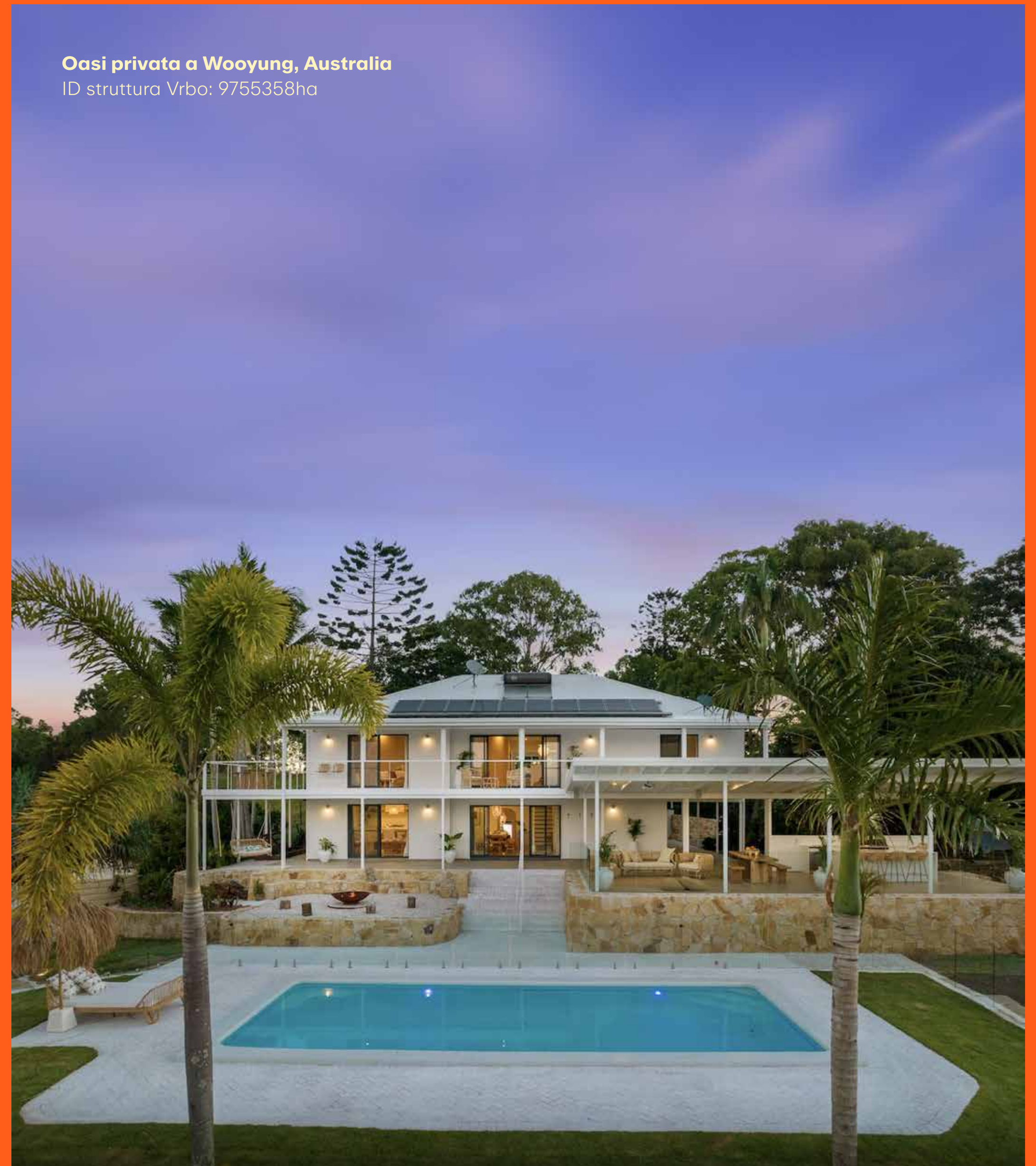
Spesso si sente parlare di FOMO (Fear Of Missing Out, ovvero la paura di perdersi qualcosa). Oggi, gli ospiti delle case vacanza private seguono la tendenza opposta, preferendo i viaggi lenti.

Villa in riva al Lago di Como a Torno
ID struttura Vrbo: 1653895ha

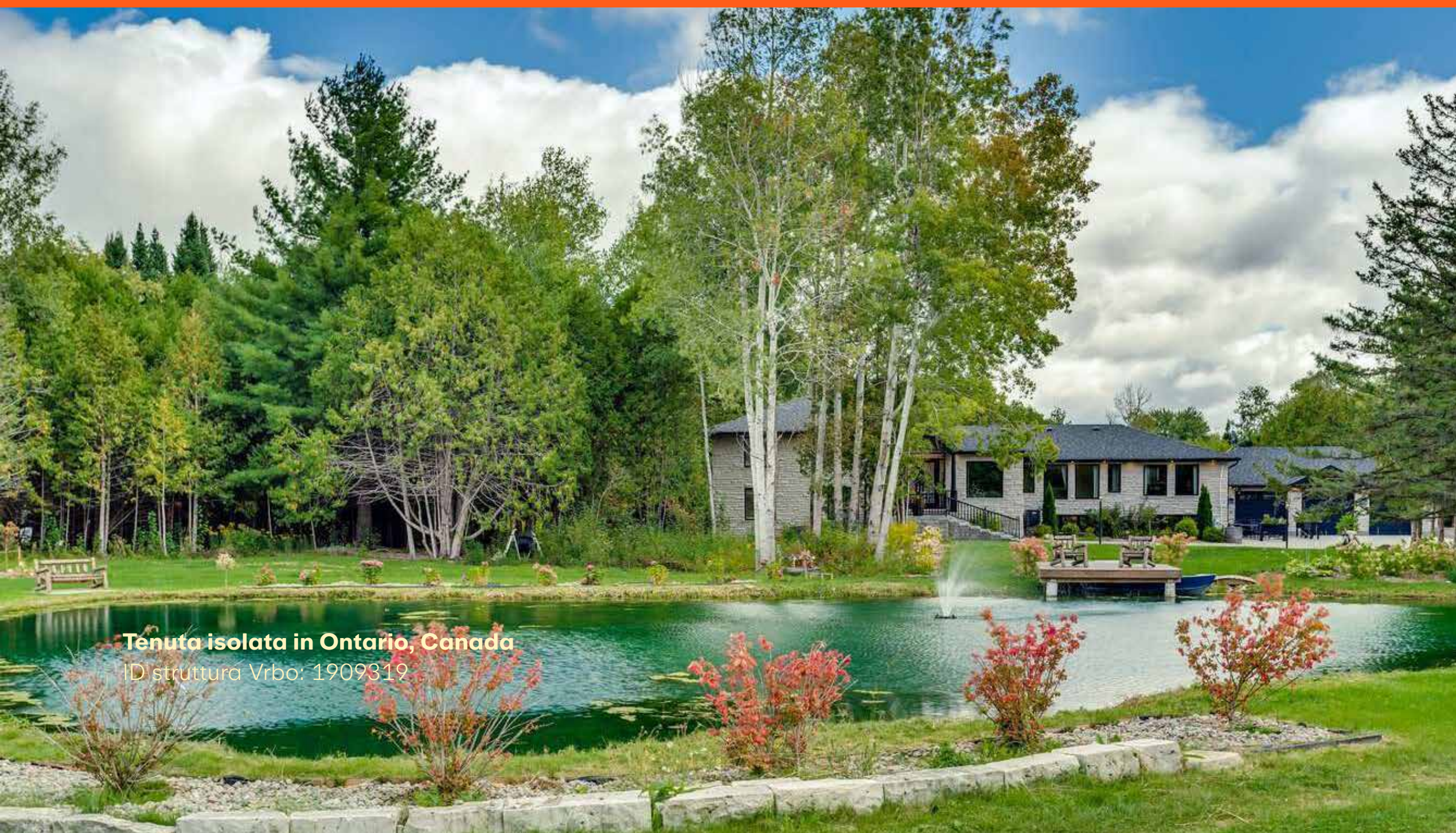


I dati di Vrbo mostrano un interesse crescente da parte dei viaggiatori per le destinazioni balneari e montane in cui rilassarsi, migliorando la propria salute mentale e il proprio benessere generale. Il sessantadue per cento (62%) dei viaggiatori afferma che i viaggi lenti riducono lo stress e l'ansia, e per quasi la metà di loro sono l'occasione per trascorrere un po' di tempo con i propri cari.**

***In base ai dati di ricerca su Vrbo tra il 1° gennaio e il 4 luglio 2024, rispetto al periodo 1° gennaio – 4 luglio 2023*



I dati del nostro sondaggio hanno rivelato che le principali tipologie di alloggi in affitto preferite per viaggi lenti sono case sulla spiaggia, lodge isolati in riva ad un lago e accoglienti chalet di montagna. Chi viaggia per rilassarsi è anche alla ricerca di case vacanza con piscina, giardino, vasca idromassaggio o spa e veranda con vista, per potersi riposare e staccare la spina*.





Lapponia, Finlandia

Alla ricerca di fenomeni naturali

Con le recenti eclissi, soprattutto negli Stati Uniti c'è stato il tutto esaurito di case vacanza private in zone rurali. Oggi, sempre più viaggiatori vanno alla ricerca di fenomeni naturali da ammirare in tutto il mondo. Che si tratti di guardare il cielo di notte per vedere le stelle e l'aurora boreale o di andare in spiaggia per assistere alla schiusa delle tartarughe marine, i viaggiatori vogliono un posto in prima fila per ammirare le meraviglie della natura.

I dati del nostro sondaggio hanno rivelato che il fenomeno naturale più amato dai viaggiatori è l'aurora boreale (61%), seguito da fenomeni geologici (30%) come vulcani, geyser e sorgenti termali. Inoltre, l'80% dei viaggiatori afferma che è importante poter soggiornare in un luogo che offra un punto di osservazione privilegiato per questi eventi*. Spesso situate in ampi spazi aperti, le case vacanza private offrono ai viaggiatori una vista privilegiata sulle meraviglie della natura.

International Dark Sky Park
Arches National Park, Utah



Danza delle gru giapponesi
Hokkaido, Giappone

Sfilata dei pinguini
Phillip Island (vicino Melbourne, Australia)



Plancton bioluminescente
Vero Beach, Florida

**Migrazione degli storni
del "Sole nero"**

Wadden Sea National Park,
Danimarca



**Stagione delle
luciole sincrone**

Great Smoky
Mountains,
Gatlinburg, TN



**Le maree più alte al mondo
e passeggiata sul fondo
dell'oceano**

Baia di Fundy, Canada



Cloud 9 Cabins, Gatlinburg, Tennessee

ID struttura Vrbo: 3581042



Tradizionale casa in legno vicino al mare, Islanda
ID struttura Vrbo: 4038086ha



Vulcani, campi di lava e spiagge di sabbia nera
Reykjavík, Islanda



Mormorio degli storni
Somerset, Regno Unito



Aurora boreale
Lapponia, Finlandia



Previsioni sul cineturismo per il 2025



Città del Messico

Expedia ha individuato il cineturismo come tendenza di viaggio emergente nel 2023, e l'intrattenimento in TV e al cinema è sempre più fonte di ispirazione per i viaggi. Due terzi dei viaggiatori hanno affermato che film, servizi di streaming e programmi TV hanno influenzato le loro scelte di viaggio, mentre per il 36% di loro la TV e i film influiscono maggiormente sui piani di viaggio rispetto allo scorso anno*.

Nel 2025 "Emily in Paris" lascerà il posto a "The Real Housewives of Dubai", le nuove trendsetter in tema di viaggi. Secondo i dati di Expedia, l'interesse per Dubai è aumentato di oltre il 30% in un anno, dopo che è andata in onda la serie**.

Oltre a raggiungere le mete del cineturismo, sempre più i viaggiatori visitano le location delle loro serie TV e dei loro film preferiti. Il Regno Unito rimane una delle destinazioni più amate dai cineturisti, con centinaia di tour a tema Bridgerton, Harry Potter, Il Trono di Spade e Outlander prenotabili su Expedia.***

**In base ai dati di viaggio di Expedia tra il 1° giugno e il 1° settembre 2023, rispetto al periodo 1° giugno - 1° settembre 2022

***In base ai dati relativi alle attività su Expedia tra il 1° gennaio e il 1° agosto 2024 Città del Messico, Messico

I dati globali di Expedia, Hotels.com e Vrbo rivelano le nuove mete del cineturismo degne di nota da visitare nel 2025:


Dubai *The Real Housewives of Dubai*

Montana e Wyoming *Yellowstone*

New York *And Just Like That...*

Città del Capo *One Piece*

Scozia *The Traitors*



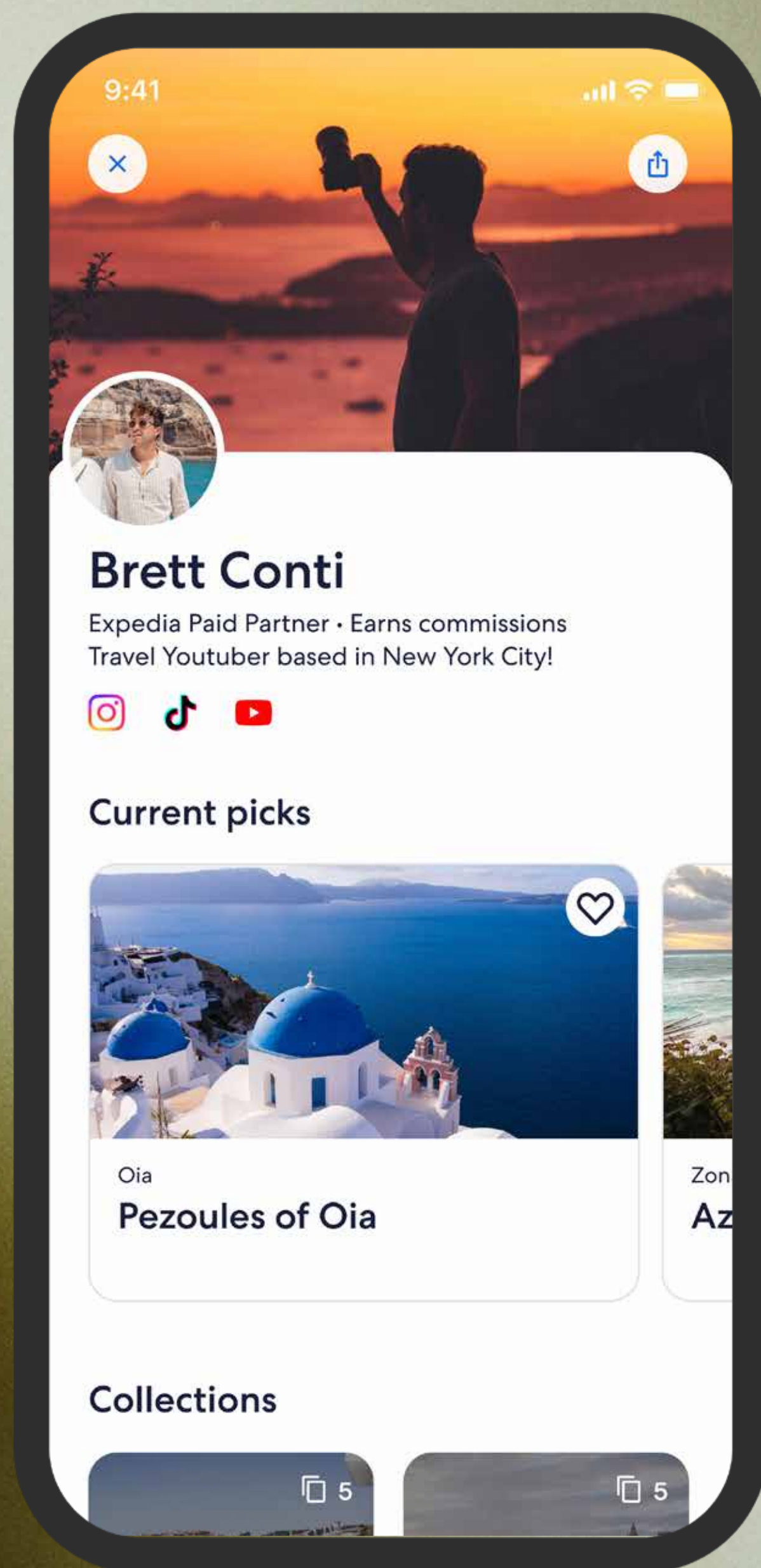
New York, Stati Uniti

Viaggi a portata di clic

Non è un segreto che i viaggiatori si rivolgano agli influencer di viaggio di cui si fidano e che ammirano, per trovare idee e ispirazione. E metà dei consumatori effettua acquisti giornalieri, settimanali o mensili grazie ai post degli influencer.** Con TikTok e Instagram, lo shopping sui social è diventato la nuova normalità; ma questa tendenza crescente nell'e-commerce è solo all'inizio per quanto riguarda settori in cui si spende di più, come quello dei viaggi. La metà dei consumatori afferma di aver voluto prenotare un viaggio visualizzato tra i feed dei propri social, ma di non averlo potuto fare soprattutto per motivi di tempo e complessità*.

**"2024 Influencer Marketing Report: In Influencers We Trust," Sprout Social (aprile 2024)





Scopri i Travel Shop di Expedia. Grazie a queste collezioni curate nei minimi dettagli, ora chiunque può prenotare i viaggi promossi dai suoi influencer preferiti.

I Travel Shop sono al momento disponibili negli Stati Uniti e nel Regno Unito, e nel 2025 verranno lanciati in altri paesi.

Iscriviti alla [lista d'attesa](#) e segui questi creator esperti di viaggi:

Lindzoutside – avventuriera e fondatrice di @Outdoorsy Gals

Nom_Life – Ewa e Jeromy Ko, amanti della buona cucina e finalisti del James Beard Media Award

Polkadotpassport – Nicola Easterby, creator di contenuti di viaggio e cibo

Scopri come attirare l'interesse dei viaggiatori



Potenzia la visibilità della tua struttura

Il tuo hotel è all inclusive o ideale per viaggi lenti? Si trova in una destinazione di cineturismo o in una meta alternativa? In ogni caso, potenziando la sua visibilità puoi rivolgerti a un maggior numero di ospiti.

- Grazie agli annunci sponsorizzati di voli puoi attirare l'interesse dei viaggiatori che vogliono esplorare nuove destinazioni o approfittare di offerte per gli aeroporti secondari, intercettando così la domanda per viaggi brevi.
- Creando un acceleratore delle prestazioni puoi occupare le tue camere nei periodi di bassa stagione e rivolgerti ai viaggiatori in cerca di resort all inclusive e strutture nelle mete del cineturismo.
- Con TravelAds hai la possibilità di creare un annuncio personalizzato per mettere in evidenza il ristorante dell'hotel, i servizi all inclusive e altri vantaggi che offri ai tuoi ospiti.

Aggiorna il tuo profilo

Attira l'interesse dei viaggiatori aggiornando il profilo della tua struttura, per mettere in evidenza i principali trend e aiutare i tuoi ospiti a trovare tutte le informazioni di cui hanno bisogno.

- Includi i dettagli relativi ai servizi a disposizione dei viaggiatori durante il loro soggiorno in una struttura all inclusive. Ad esempio, indica l'eventuale presenza di un ristorante, una spa, una palestra o un'attività in loco.
- Se invece hai una casa vacanza, potresti attirare l'attenzione degli ospiti interessati ai viaggi lenti mettendo in bella mostra servizi come il caminetto, la piscina, la vasca idromassaggio, i libri e i giochi da tavolo, perfetti per trascorrere un soggiorno di relax.





Partecipa ai programmi VIP Access e Host Premium

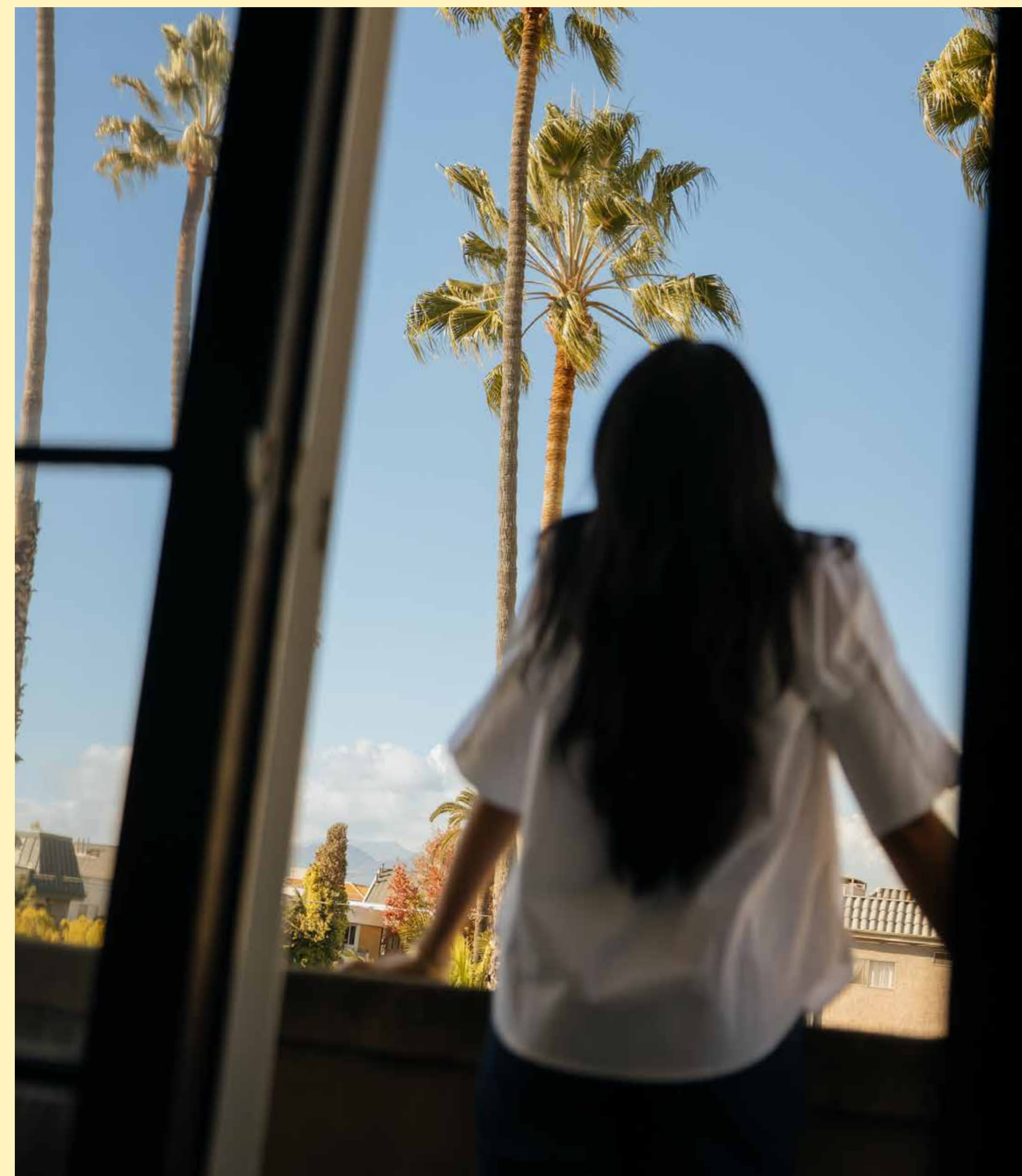
Se vuoi attirare l'attenzione dei viaggiatori e convincerli a prenotare la tua struttura, ti consigliamo di partecipare ai nostri programmi VIP Access e Host Premium.

- Il programma VIP Access è perfetto per gli hotel all inclusive e quelli che si trovano in mete alternative o destinazioni del cineturismo, e può aiutarti a intercettare la domanda crescente di questo segmento di viaggio.
- Le strutture VIP Access possono attirare l'interesse degli ospiti in cerca di un hotel con ristorante offrendo agli iscritti a One Key dei voucher da utilizzare per i pasti.
- Il programma Host Premium, invece, aiuta proprietari e gestori di case vacanza a rivolgersi ai viaggiatori alla ricerca di fenomeni naturali o di viaggi lenti.

Raggiungi il successo con gli strumenti di Expedia Group

Restare al passo con le tendenze di viaggio e la concorrenza può essere difficile. Expedia Group mette a disposizione dei suoi partner una serie di strumenti per raggiungere il successo:

- Le analisi e i report sulle performance di Expedia Group disponibili su Partner Central ti aiutano ad assicurarti che le tue tariffe e il tuo inventario siano competitivi in previsione di un evento, un fenomeno naturale o un nuovo trend.
- Con MarketMaker, gli host che gestiscono case vacanza possono impostare correttamente tariffe e inventario in base agli eventi e alle destinazioni di tendenza.
- I pagamenti dilazionati consentono ai partner TAAP di rimandare il pagamento della struttura a una data più ravvicinata a quella del soggiorno, allineando in anticipo le prenotazioni alle tendenze di viaggio senza sacrificare il flusso di cassa.
- Grazie all'ampio inventario di Vrbo, i partner TAAP possono cercare case vacanza in luoghi isolati, ideali per soggiorni all'insegna del relax, da proporre ai loro clienti.





Prova una campagna pubblicitaria

La pubblicità è uno strumento collaudato per distinguersi dalla concorrenza, e seguire le principali tendenze di viaggio può migliorare il tuo ritorno sull'investimento.

- Per le destinazioni, gli hotel e le compagnie aeree nelle mete alternative, è utile collaborare a una campagna condivisa per ottimizzare la spesa di marketing e aumentare la visibilità del brand tra i viaggiatori.
- Sfrutta al meglio le tendenze di viaggio evidenziate nel report Unpack '25 per le tue campagne pubblicitarie: in questo modo potrai attirare l'attenzione di potenziali ospiti interessati ai viaggi lenti, alla ricerca di fenomeni naturali o di mete del cineturismo.
- I nostri modelli "white label" personalizzabili mettono a tua disposizione dei servizi marketing con cui rivolgerti ai viaggiatori che seguono le ultime tendenze.

Incentiva le prenotazioni di pacchetti

Nell'era dell'all inclusive e dei viaggi lenti i viaggiatori sono alla ricerca di facilità e semplicità. I pacchetti sono un'ottima soluzione per organizzare viaggi senza stress.

- Compagnie aeree, società di autonoleggio e hotel possono offrire pacchetti per facilitare la vita ai viaggiatori in partenza per destinazioni del cineturismo o mete alternative.
- I partner TAAP possono usare le offerte pacchetto per proporre tariffe competitive ai loro viaggiatori, sfruttando le tendenze di viaggio attuali come quella relativa alle mete alternative.
- Tramite i nostri modelli "white label" puoi proporre ai viaggiatori ulteriori offerte, consentendo loro di creare un itinerario personalizzato adatto a esigenze specifiche.

Visita il nostro [sito web per partner](#) per altre informazioni utili da parte di Expedia Group.





*La ricerca è stata commissionata da Expedia Group e condotta dalla società di ricerche di mercato OnePoll, in conformità con il codice di condotta della Market Research Society. Lo studio è stato condotto su 25.000 intervistati in 19 Paesi, tra adulti che hanno viaggiato per piacere o che hanno intenzione di farlo nei prossimi tre anni.

