

## YouGov e l'Osservatorio Bluvacanze svelano le tendenze di viaggio degli italiani

*Il digitale è imprescindibile e il ruolo dell'agenzia è determinante per 11 milioni di italiani*

**Milano, 26 settembre 2024**

Anticipatori e sempre più digital: appaiono così i consumatori di viaggi sotto la lente di YouGov, che svela i risultati di una recentissima ricerca di un campione rappresentativo dell'intera popolazione italiana.

In particolare, il 73% degli italiani cerca online le informazioni per prenotare le vacanze e a prediligere i canali digitali sono soprattutto quelli tra i 45 e i 54 anni. Inoltre, i più giovani, tra i 25 e i 34 anni, preferiscono i social network, per i contenuti di influencer e content creator.

Sono ben 11 milioni (22%) gli italiani che tendono a prenotare con più di 3 mesi di anticipo.

Sono sempre 11 milioni, poi, coloro che utilizzano le agenzie di viaggio. Chi sceglie il canale agenziale è alla ricerca di esperienze da poter esibire sui propri social media, acquista solo da aziende responsabili dal punto di vista sociale/ecologico e le sue motivazioni principali sono legate al volere trovare la soluzione migliore, ma anche la comodità del servizio e la consulenza di un esperto.

Le mete che gli italiani hanno in mente di visitare per la prossima vacanza sono principalmente nell'Europa centro meridionale e anche la stessa Italia conserva il suo appeal.

L'Osservatorio Bluvacanze integra queste informazioni e mostra un incremento delle prenotazioni del 50% sui periodi di Natale e Capodanno con un panel di destinazioni che vira sul lungo raggio e viaggi importanti come gli Stati Uniti, l'Oceano Indiano con le Maldive, i Caraibi e le crociere, sempre in auge nelle preferenze. In agenzia di viaggi sta cambiando il cliente: con un prevalente orientamento a itinerari di lungo raggio e articolati.

Anche la tendenza per la stagione Summer 2025 conferma l'advance booking, con un +25% rispetto a quest'anno.

«Nonostante le incertezze economiche e geopolitiche, gli italiani non rinunciano a pianificare le vacanze con largo anticipo – commenta **Stefano Russo**, Sales Director di YouGov Italia -, quasi metà della popolazione italiana prenota i viaggi con un anticipo che va da 1 a 3 mesi. Il digitale è ormai parte integrante del processo di acquisto. Sia nella raccolta di informazioni che nella fase di shopping, i consumatori passano dal passaparola tra amici, alla ricerca online o alle indicazioni degli influencer con alcune differenze tra fasce di età e tipologia di viaggio. Rimane rilevante il ricorso all'agenzia di fiducia, specialmente tra viaggiatori alto spendenti, che tengono particolarmente a organizzare una vacanza che rispetti determinati parametri».

---

## [Comunicazione alla stampa]

Un dato ormai consolidato è nel 73% degli italiani che cerca online le informazioni per prenotare, così come la predilezione per un'agenzia di viaggi per gli over 55. Il dialogo tra digitale e punto vendita fisico è un must.

«L'infrastruttura digitale che stiamo implementando ci insegna a profilare meglio il cliente e a conoscere comportamenti peculiari: il consumatore che proviene dai touchpoint digitali stabilisce una relazione con l'agenzia sul territorio ad alta frequenza – osserva **Marco Orlandi**, Chief Digital Experience Officer del Gruppo Bluvacanze -. E oltre ad essere un viaggiatore con un valore medio di pratica più elevato, richiede valore aggiunto: consulenza, assistenza h24, fidelizzazione, ingaggio con promozioni commerciali mirate. Fattori questi che ci spingono a perfezionare il percorso di digitalizzazione intrapreso allo scopo di intercettare nuovi target e giovani generazioni, facendole incontrare con la competenza dei professionisti nei punti vendita in tutta Italia».

### Contatti Stampa:

#### **Paola Baldacci**

#### **Corporate Communication Manager**

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

[paola.baldacci@bluvacanze.it](mailto:paola.baldacci@bluvacanze.it)

[ufficiostampa@bluvacanze.it](mailto:ufficiostampa@bluvacanze.it)

#### **Anna Lisa Margheriti**

Media Relations Consultant

+39.349.4672766

[annalisa.margheriti@consulenti.bluvacanze.it](mailto:annalisa.margheriti@consulenti.bluvacanze.it)

#### **Ana Becerra González**

Senior Marketing Executive

T: +34 674 680 558

[ana.becerra@yougov.com](mailto:ana.becerra@yougov.com)

yougov.com

### **YouGov©**

YouGov è un istituto di ricerca fondato in UK nei primi anni 2000 e presente in oltre 55 Paesi nel mondo. La missione di Yougov è quella di fornire un flusso continuo di dati e di approfondimenti dettagliati su opinioni,

comportamenti e abitudini delle persone, in modo che le aziende, i governi e le istituzioni possano prendere decisioni consapevoli basate su dati reali.

## Gruppo Bluvacanze

Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse *legal entities*: **Bluvacanze** dedicata alla distribuzione turistica, **Going** al Tour Operating e **Cisalpina Tours** al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event).

In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet.

Il tour operator **Going** è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali **GOING4You** che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, **Going Resort** per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, **Going4Cruises** per le estensioni di soggiorno abbinate in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, **Going2Italy** per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target *luxury*.

**Cisalpina Tours**, infine, è la TMC del gruppo (travel management company) che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di *live communication* che si chiama **Out of the Blu**.

Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia (Istanbul e Izmir), a Cipro (Limassol), in Brasile (Santos), ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra; prossimamente è prevista l'apertura in Sudafrica (Durban).