

Il primo giorno della Bto

Mister Student Hotel «Ora la città decida che turista vuol avere»

Il Covid sta cambiando le abitudini del turismo e in attesa di capire se il ritorno al pre pandemia significherà mutazioni strutturali, complici lo smart working e i meeting online, il primo giorno della Bto, l'evento su turismo e innovazione che si è aperto ieri in Palazzo Vecchio, ha fatto il punto sulle nuove tendenze. Che sono turismo di prossimità, gli italiani vanno in Italia, i toscani in Toscana, la conferma del peso delle motivazioni enogastronomiche nella scelte delle vacanze, la ripartenza del turismo business. Il focus sul turismo di prossimità è stato fatto grazie a Google Trends e Google Destination Insights ed i dati mostrano che nel periodo aprile-luglio 2021 la ricerca è guidata da Roma, Milano e Catania, e dalle grandi città in generale, mentre consultando Destination Insights Firenze è in quarta posizione come interesse tra le città italiane nel periodo ottobre-novembre 2021. E che l'interesse verso la Toscana come destinazione proviene in Italia dalla stessa Toscana, seguita dal Lazio e dalla Lombardia. La Toscana poi è la seconda regione per scelte di viaggio dettate dal motivo enogastronomico e secondo una ricerca di Sociometrica per Bto il 63% delle aziende non ha intenzione di tagliare le spese per i viaggi di lavoro e più della metà ritiene insostituibili le riunioni in presenza. «Dopo il Covid le cose sono veramente cambiate, per la prima volta nella storia le nuove generazioni spendono più dei loro genitori per viaggiare. E attraverso gli studentati stiamo osservando come i giovani vogliano essere coinvolti nella vita della comunità, siano alla ricerca di esperienze genuine, passano più tempo nelle città, anche quando lavorano. Il lavoro da remoto ha accelerato un trend — spiega Charlie McGregor, ceo di The Student Hotel — La maggior parte delle città, prima del Covid, si lamentava del turismo. Adesso si stanno concentrando sui soldi che portano i turisti. È questo è il momento giusto per le città per capire che tipo di turista vogliono avere. E a quali partner associarsi».

Mauro Bonclani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 7167

