

## Hilton: le famiglie italiane pronte a recuperare il tempo perduto viaggiando di più e meglio

Le famiglie italiane sono disposte a spendere in media il 25% in più per una vacanza rispetto al periodo pre-pandemico: circa 1.800 euro a persona. Lo rivela una ricerca Hilton, condotta tra un panel di mille cittadini tricolori con figli fino a 16 anni. Nonostante la voglia di spendere di più gli italiani si confermano tuttavia attenti alle spese: l'accessibilità economica rimane un valore importante per il 59% degli intervistati, superata soltanto dal relax (64%) e dalla vicinanza alla spiaggia (60%).

Se l'aspetto economico è importante, non è però l'unico: la durata delle ferie vedrà un incremento per il 47% del campione, con l'obiettivo di recuperare il tempo perso negli ultimi due anni a causa del contesto di incertezza globale. Anche la frequenza dei viaggi ricoprirà un ruolo importante, con il 69% degli italiani che rivela una recente ricerca Hilton, condotta tra un panel di mille cittadini tricolori con figli fino a 16 anni. Nonostante la voglia di spendere di più gli italiani si confermano tuttavia attenti alle spese: l'accessibilità economica rimane un valore importante per il 59% degli intervistati, superata soltanto dal relax (64%) e dalla vicinanza alla spiaggia (60%).

Non solo figli e parenti: pure gli amici a quattro zampe sono dei travel mate amati dagli italiani. La ricerca sottolinea che un connazionale su due porterebbe, ove possibile, il proprio animale domestico in vacanza. Il 72% degli italiani è inoltre maggiormente invogliato a trascorrere più tempo all'aria aperta grazie alla compagnia degli amici a quattro zampe, visitando luoghi indimenticabili con lunghe passeggiate (57%).

L'organizzazione di un viaggio extralarge, che potrebbe rappresentare un ostacolo, non è peraltro fonte di preoccupazione per i nostri connazionali: la ricerca conferma maggiore libertà di spostarsi più frequentemente rispetto al 2021. Non solo figli e parenti: pure gli amici a quattro zampe sono dei travel mate amati dagli italiani. La ricerca sottolinea che un connazionale su due porterebbe, ove possibile, il proprio animale domestico in vacanza. Il 72% degli italiani è inoltre maggiormente invogliato a trascorrere più tempo all'aria aperta grazie alla compagnia degli amici a quattro zampe, visitando luoghi indimenticabili con lunghe passeggiate (57%).

Il Trends report 2022 di Hilton evidenzia infine vari tratti comportamentali interessanti per cambiamenti radicali, sia esterni sia interni, nell'industria dell'ospitalità in tutto il mondo. Nel dettaglio del panorama italiano

## Hilton: le famiglie italiane pronte a recuperare il tempo perduto viaggiando di più e meglio

sono state identificate frequenti e piacevoli sei tematiche chiave rispetto al passato, con tenute in nuove priorità e gusti considerazione quando influenzati dagli ultimi si prenota un viaggio due anni”.

post-pandemia:

- Varietà delle attività pianificate: 60%
- Full-immersion nella realtà locale: 59%
- Sostenibilità: 56%
- Varietà delle tappe all'interno della stessa vacanza: 51%
- Impatto positivo sulla cultura e comunità locali: 50%
- Maggiore numero di partecipanti: 46%

“C'è una considerevole domanda non manifesta di persone che vogliono staccare dalla vita quotidiana per ricaricarsi, rilassarsi e vivere di nuove esperienze – spiega il senior vice president, Continental Europe, Hilton, David Kelly -. Nel nostro report i dati mostrano come tanti siano alla ricerca di viaggi più lunghi,