

# Assistere i viaggiatori in Brasile, e altrove...

## Il boom dei viaggi...

Più di un miliardo di arrivi internazionali nel 2013, di cui 560 milioni sul continente europeo e 170 milioni su quello americano, sono la testimonianza di un **turismo fiorente**. E sembra che la tendenza sia in crescita, dal momento che l'Organizzazione mondiale del turismo prevede per il prossimo anno una crescita stabile compresa tra il 4 e il 5%, e un raddoppio entro il 2030. Si tratta di proiezioni attendibili. Basti pensare ai livelli record raggiunti nel 2013 con 635 milioni di arrivi internazionali registrati nel 2000 e i 50 milioni di viaggiatori registrati mezzo secolo prima! Vale la pena notare che queste cifre non tengono in considerazione il **turismo interno**, ovvero quello praticato dalle popolazioni entro i confini nazionali, che in alcuni paesi rappresenta una percentuale considerevole delle statistiche di viaggio ed è difficile da valutare.



Il 50% circa degli europei, ad esempio, trascorre le vacanze sul territorio nazionale. Più dell'80% dei francesi lo fanno. In Cina, i viaggi nazionali hanno già raggiunto quota 3 miliardi, mentre in India si attestano su 900 milioni. Nei prossimi 20 anni, le previsioni dicono che l'intera popolazione del pianeta si muoverà entro i confini nazionali, spinta principalmente da motivi familiari. Anche i **viaggi d'affari**, motivati da fiere di settore, seminari, conferenze e incontri, esercitano un impatto massiccio sulle cifre del turismo. Sebbene questo settore rappresenti il 20 - 30% del numero di viaggi complessivi, produce un risultato finanziario sostanzialmente maggiore di quello dei viaggi di piacere. Tutto ciò spiega perché questo segmento sia trattato con molto rispetto, soprattutto dalle catene alberghiere e dalle linee aeree.



© istock.com/wip.plus

### I viaggi seguono standard internazionali in termini di statistiche e vocabolario

Secondo l'organizzazione mondiale del turismo (OMT), **turista** è chi trascorre una notte fuori casa, **vacanziero** è colui che trascorre almeno quattro notti consecutive fuori casa ed **escursionista** è chi si sposta dalla propria località di residenza per recarsi verso un altro luogo, per un periodo di tempo inferiore alle 24 ore.

In aggiunta a ciò, l'OMT prende in considerazione due forme di turismo:

- il **turismo commerciale**, dove i viaggiatori alloggiano in strutture commerciali
- e il **turismo non commerciale**, che rappresenta il 50% circa del mercato, dove i viaggiatori alloggiano presso parenti o amici.

Infine, le statistiche di base fornite dall'OMT si basano sugli arrivi internazionali, qualunque sia la motivazione del viaggio.

Il turismo per affari raccoglie tutti i viaggi effettuati per scopi professionali, quali la partecipazione a fiere di settore, mostre, seminari, eventi, incentivi ed espatri per lavoro, e rappresenta un terzo dei viaggi nazionali e internazionali.



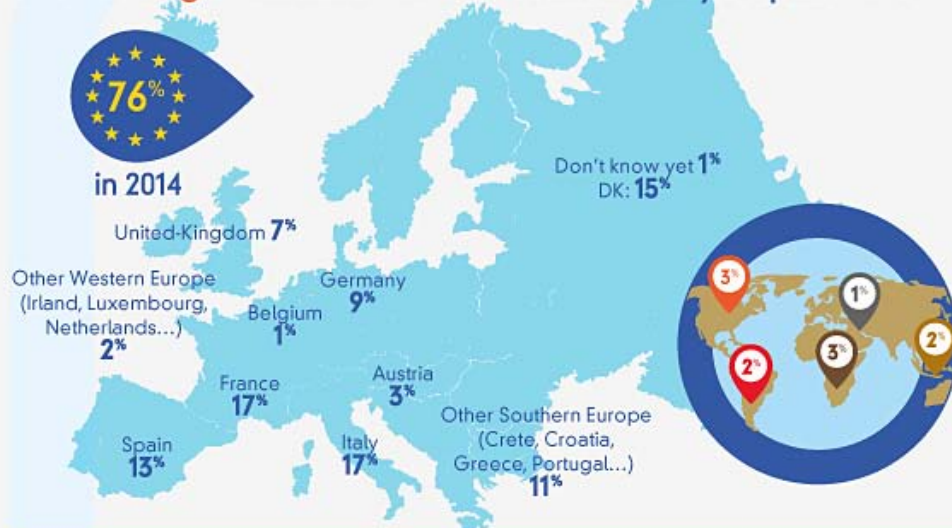
E altre cifre sono ancora più eclatanti, ad esempio i 7 mila miliardi di dollari con i quali il settore dei **viaggi e del turismo** contribuisce per il **9,5% al PIL dell'economia mondiale**.

Il settore dà lavoro a 266 milioni di persone in tutto il mondo, ovvero uno ogni 11 dipendenti, e crea regolarmente dall'1 al 2% di posti di lavoro aggiuntivi per impieghi diretti o indiretti.



## 14<sup>th</sup> IPSOS - EUROP ASSISTANCE HOLIDAY BAROMETER

Europe is still the main destination for Europeans with an even stronger attraction to the "France / Italy / Spain" trio



Where they think of going for their holidays this summer\*

(\*Base: People claiming they will go on holiday in summer 2014).



Annual survey conducted among a sample of 3,505 Europeans (French, German, British, Italian, Spanish, Belgian and Austrian), from February 10 to March 21 2014 over the phone, at the homes of the people questioned.



## Torna la pace in Europa

Come siamo arrivati al punto in cui ci troviamo oggi? All'origine di questa crescita inarrestabile troviamo l'aumento esponenziale delle natalità, che ha portato la popolazione mondiale dai 2,5 miliardi del 1950 agli oltre 7 miliardi attuali. I meri effetti meccanici dell'incremento della popolazione non sono tuttavia sufficienti a rappresentare il quadro nel suo insieme. Con l'**esplosione demografica successiva alla fine della Seconda guerra mondiale**, favorita dalla **pace mondiale**, dalla forte domanda di lavoro, dall'aumento delle

entrate, dallo sviluppo dell'industria automobilistica e dall'urbanizzazione rampante, si sono avuti i presupposti per creare un ambiente favorevole alla crescita della mobilità, sia in Europa sia al di là dell'Atlantico. Inoltre, mentre l'industria lavorava a pieno ritmo per invadere il mercato di prodotti destinati a migliorare la qualità della vita delle persone, l'Occidente si è avvantaggiato di questa ripresa per incarnare nuovi valori e obbedire a nuovi *diktat*. Gradualmente i concetti di impegno e autorità lasciarono il posto a ideali più frivoli, tra cui la **ricerca del piacere**. Gli occidentali iniziarono a pretendere la loro parte di felicità. Avevano periodi di ferie pagate che trasformavano in momenti di rilassamento da vivere lontano da tutto.



## I nuovi tropismi: sole, mare, neve

Dove andare? Per prima cosa vicino a casa. Era il periodo delle vacanze in campagna, nelle case di famiglia abbandonate durante l'esodo verso le città. Ma anche più lontano, sulle spiagge e al mare. Favorito dalle nuove classi sociali che per la prima volta beneficiavano delle vacanze, un originale tropismo prese piede nella società occidentale degli anni '60. La moda del "**sole, mare e sesso**" contava milioni di seguaci e favorì lo sviluppo delle aree costiere, che venivano trasformate in zone dedicate all'attività del tempo libero dove i popoli d'Europa ebbero modo di riconciliarsi.

Dopo quello dell'**oro blu**, arrivò il tempo dell'**oro bianco**. Le cime innevate facevano sognare i politici e i creatori di pacchetti vacanza, mentre i resort montani venivano adattati per accogliere turisti meno abbienti, che approfittavano delle vacanze scolastiche aggiunte via via ai calendari di tutta Europa per andare a sciare.

Altri preferivano attraversare le frontiere in viaggi organizzati, verso destinazioni "mitiche" come l'Egitto, gli Stati Uniti e il Messico. Per accompagnarli crebbero rapidamente potenti **tour operator**, quali Thomas Cook nel Regno Unito e TUI e Neckermann in Germania, mentre in Francia il compito di aprire nuovi orizzonti spettò a Nouvelles Frontières. La scena era pronta perché un imprenditore visionario inventasse l'assistenza viaggi, e in particolare il rimpatrio.

Nel **1963** nasceva Europ Assistance a opera di **Pierre Desnos**, coadiuvato dal **Gruppo Generali**, che aveva colto immediatamente la portata della rivoluzione in atto. Perché di rivoluzione si trattava: per la prima volta nella storia, gli abitanti dei paesi sviluppati viaggiavano in massa, spesso per piacere, scegliendo principalmente quattro destinazioni che sono rimaste immutate per quasi un secolo: Francia, Stati Uniti, Spagna e Italia.



### Pierre Desnos, un visionario



Se oggi quello dell'assistenza è un concetto ormai universale lo si deve alla straordinaria intuizione di Pierre Desnos (nella foto) e ad André Rosa, presidente della compagnia assicurativa francese Concorde, controllata da Generali, che fornì le risorse necessarie per portare al successo questo progetto destinato al servizio dell'umanità. Inventando il concetto di rimpatrio medico nel 1963, Pierre Desnos creò non solo Europ Assistance, ma un intero settore commerciale, che da allora ha continuato ad anticipare le nuove esigenze dei consumatori. Pierre Desnos era anche un imprenditore lungimirante nel campo del marketing, inteso nella sua accezione più nobile: offrire dei servizi utili che contribuiscano a semplificare la vita dei consumatori. Sempre attento ai venti di cambiamento e pronto a sviluppare nuove idee, Pierre Desnos instillava nel proprio gruppo uno spirito aziendale moderno e rivolto al futuro. Dopo la sua scomparsa, avvenuta nel 2007, Pierre Desnos ha lasciato dietro di sé una storia di successo incredibile sotto il profilo umano e imprenditoriale i cui eredi e continuatori sono tutti coloro che lavorano nel gruppo. Lo sono ora e lo saranno per sempre.

Su una scala più piccola ma più innovativa, vale la pena notare la comparsa di una nuova generazione di viaggiatori che si avvantaggiavano dell'euforia generale per mettersi in viaggio. L'India richiamava orde di **backpacker**, i ragazzi con lo zaino in spalla, che per raggiungerla si servivano di camper colorati, 2 CV o Magic bus.

### La conquista dei cieli

La popolarità guadagnata dalle destinazioni turistiche straniere all'inizio degli anni '60 derivava in gran parte dallo sviluppo dei **viaggi aerei**.



### Europ Assistance e il viaggio

Oltre alla tradizionale attività di rimpatrio medico, Europ Assistance sviluppa prodotti e servizi innovativi che consentono di creare soluzioni personalizzate per soddisfare le diverse esigenze dei clienti, adattandole alle loro nuove preferenze di viaggio.

**Soluzioni digitali di viaggio:** Europ Assistance ha costruito una gamma completa di soluzioni per il Web e i dispositivi mobili che semplificano la vita dei viaggiatori all'estero: indicazioni dettagliate dei documenti ufficiali necessari e delle formalità da adempiere per ciascuna destinazione, parole chiave e frasi nelle lingue locali, convertitore di valuta, informazioni importanti sulla salute e sui rischi di viaggio, sottoscrizione online di assicurazione e assistenza di viaggio, richieste di risarcimento online, accesso al proprio account personale, strumenti per la pianificazione del viaggio, ecc.

#### Le attività di viaggio di Europ Assistance in cifre:

- 28% del giro di affari del gruppo Europ Assistance
- 700.000 interventi eseguiti
- 25.800 biglietti emessi per rimpatriare i clienti di Europ Assistance
- 5.900 ore di volo delle ambulanze aeree



Sostenuti inizialmente da coraggiosi pionieri, a cui fecero seguito le grandi compagnie aeree internazionali con le loro hostess in guanti bianchi, avrebbero rivoluzionato la nozione stessa di spazio e tempo. Ormai volare da New York a Rio era una questione di poche ore. Prestazioni che ben presto conquistarono le masse, grazie anche allo sviluppo di un modello di business innovativo, quello dei voli charter, a cui presto sarebbe seguito un altro modello ugualmente democratico: i voli *low cost*.

Grazie a simili innovazioni la mappa delle destinazioni estere iniziò ad allargarsi sotto l'occhio attento di Europ Assistance, che nel 1991 assisteva i viaggiatori di quattro continenti ed era orgogliosa di aver eseguito 740.000 interventi in tutto il mondo. Ora anche lo **smarrimento del bagaglio** era incluso nella copertura, ma le buone notizie per i vacanzieri non finivano lì, perché poco dopo sarebbe stata introdotta anche l'**assicurazione sulla cancellazione**.

L'aereo non ha comunque sostituito l'**automobile**, che manteneva saldamente il primo posto tra i mezzi più scelti per i viaggi di vacanza soprattutto in Europa, dove l'80% dei vacanzieri preferiva la strada, soprattutto in estate. Nonostante l'alta velocità, il comfort e l'ambiente amichevole, il **treno** è scelto solo il 15% di viaggiatori. Sfidare la posizione dominante dell'automobile non è impresa semplice! Soprattutto da quando, con l'introduzione del computer di bordo, gli



automobilisti non corrono più il rischio di trascorrere la notte lungo il ciglio della strada in attesa di soccorsi.

### Pericoli in aumento

Nonostante sia il mezzo di trasporto più utilizzato, l'automobile vanta non pochi detrattori, in modo particolare tra coloro che desiderano proteggere l'ambiente e favoriscono quindi uno sviluppo razionale. Nel tumulto delle ultime decadi del secolo scorso è emerso il fenomeno del **turismo sostenibile** che rappresenta indubbiamente un notevole passo avanti e, salvo i casi in cui la terra trema, nessuno può ostacolarlo. Dopo gli uragani, le inondazioni e le ondate di calore era arrivato lo **tsunami**, e le aree turistiche erano in prima linea. Il peggiore di questi eventi catastrofici, nel 2004, scosse a fondo l'umanità, perché improvvisamente tutti si resero conto della loro fragilità e gli sconcertati turisti compresero i rischi a cui si esponevano lontano dalla sicurezza delle loro case. L'assistenza per i casi d'emergenza doveva essere organizzata più velocemente. Europ Assistance, che poteva contare su quarant'anni di esperienza, 6000 dipendenti e alcune operazioni di salvataggio condotte con successo nonostante la loro drammaticità, come quella dello "**snow airplane**", fu una delle compagnie di assistenza più veloci e trasformò un intero Airbus in un ospedale volante con destinazione Asia.

## 2004 – 2014 il 10° anniversario dello tsunami che colpì il sud-est asiatico. Ricordi del 26 dicembre 2004.

“Una brezza calda di umanità soffiava sull’asfalto.”

Il 26 dicembre 2004 uno tsunami nato nell’Oceano Indiano devastò i paesi del sud-est asiatico, provocando centinaia di migliaia di vittime. Il mondo intero era allibito...

“Al tempo lavoravo nel marketing dei viaggi e ricordo l’incredibile dimostrazione di solidarietà della mia azienda. Dall’invio delle forniture di base alla preparazione per il rimpatrio delle vittime, tutte le piattaforme si attivarono all’istante. Una squadra di medici si imbarcò su un’ambulanza aerea completamente attrezzata destinata al rimpatrio dei nostri clienti feriti. Il volo di ritorno avrebbe dovuto atterrare alle otto di mattina del 1 gennaio all’aeroporto di Le Bourget. Io fui uno dei tanti volontari che si offrirono per aiutare i feriti.

I festeggiamenti per l’anno nuovo durarono poco perché il giorno dopo avremmo dovuto svegliarci all’alba. All’aeroporto ci aspettava un gruppo di psicologi che ci avrebbero aiutato a far fronte alla situazione. Il nostro compito era chiaro: dovevamo accogliere le famiglie sopraggiunte per prendere in consegna i loro cari e occuparci delle vittime. Ognuno di noi era stato assegnato a una posizione specifica. La mia era vicino alle ambulanze destinate ai bambini che ritornavano da soli, perché i loro genitori erano morti nello tsunami. Avevamo riempito le ambulanze di giocattoli. Nel freddo pungente di quel mattino, l’asfalto dell’aeroporto divenne un luogo di **silenziosa contemplazione**.

Martin Vial, CEO del gruppo Europ Assistance, accolse Philippe Douste Blazy, l’allora Ministro francese della Sanità, e la stampa. L’aeroplano atterrò e si aprirono le porte. Le vittime erano ancora in un profondo stato di shock. E le squadre di medici profondamente colpite. Quel giorno una brezza calda di umanità soffiava sull’asfalto.

Credo di aver compreso in quel momento il **valore reale** della mia professione. E dopo 10 anni, ricordo ancora l’espressione sui volti di quei bimbi...”

*Sabine Schirrer*

*Travel Marketing Manager, Europ Assistance France*



©istock.com/wip.plus

Ma il pericolo non veniva solo dalla Terra. Un nemico invisibile iniziò a colpire le grandi metropoli. New York, Londra, Madrid e Bombay erano nel mirino dei **terroristi**, le cui minacce scoraggiavano molti turisti a muoversi da casa. Ed erano in aumento le **emergenze sanitarie**, la cui copertura mediatica provoca sempre uno stato di forte ansia tra i viaggiatori. Ma fortunatamente per loro, furono istituiti servizi che dispensavano informazioni e validi consigli. Uno di questi è gestito da Europ Assistance, una società controllata dal gruppo Generali. E non sono stati trascurati nemmeno i viaggiatori più vulnerabili, ovvero coloro che, per motivi di lavoro, **espatriano** verso i paesi a rischio. Europ Assistance li tiene sotto controllo, pronta a intervenire quando la situazione lo richieda. Dagli anni 2000 il gruppo è stato così efficiente nel prendersi cura della salute



dei propri clienti, da creare una nuova specialità, i viaggi per cure mediche, che vengono organizzati nei minimi particolari, dalla A alla Z.

## Il risveglio della Cina ha cambiato il mondo



Perché tutte queste precauzioni? La Terra non è più quel compagno splendido e gentile che distende le sue bellezze di fronte ai viaggiatori, senza traccia di pericoli? Sembrerebbe proprio di no. Soprattutto dall'inizio dell'incremento demografico e perché, nonostante l'arrivo della democrazia in nuove aree del mondo, siamo stati colpiti da una nuova crisi che ci ha spiazzato completamente. La **crisi economica** ha colpito le nazioni considera-

te un tempo tra le più sviluppate. Non c'è dubbio che il mondo stia attraversando un periodo di cambiamenti radicali e siano in atto i nuovi processi di riconfigurazione!

Lontano dal nostro Vecchio Continente sono emersi altri mercati. Inizialmente erano i paesi del BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) che, con l'aggiunta del Sudafrica è diventato **BRICS**, a cui si sono aggiunti più di recente Messico, Indonesia e Pakistan.

Grazie a una crescita economica sbalorditiva, in questi paesi, un tempo terreno di gioco nonché destinazione di vacanza preferita degli occidentali, si stanno adottando nuove strutture e infrastrutture, il mercato interno è in pieno sviluppo e si sta accelerando la nascita di un ceto medio che inizia a sognare le vacanze. All'avanguardia di questi dragoni è la Cina, con 1 miliardo di abitanti e le settimane di vacanze "dorate" appena istituite. Nel 2003 sono state semplificate le formalità di espatrio necessarie ai suoi abitanti.

Da quel momento le statistiche sono impazzite! I viaggiatori **cinesi**, composti inizialmente da gruppi sparuti, si sono presto moltiplicati, passando dai 10 milioni del 2003 ai 100 milioni del 2013, diventando in pochi anni i **primi visitatori internazionali al mondo** e rubando ai tedeschi il record che detenevano dagli anni '60. Una tendenza in crescita, dal momento che si prevede che entro il 2030 il numero di *globetrotter* cinesi sarà raddoppiato.

I primi ad accorgersi del turismo cinese sono stati i paesi limitrofi: Hong Kong, Macao, Thailandia, Vietnam, dove sono stati aperti numerosi casinò, e Cambogia, dove il sito di Angkor è esposto a un rischio ambientale molto grave.

Dall'altro capo del mondo, l'America e l'Europa attendono con impazienza questi viaggiatori, nella speranza che portino nuova linfa alle loro economie.

Non contenta di esportare viaggiatori, la Cina diventerà il paese più visitato del pianeta, con 130 milioni di presenze previste per il 2020. Se le previsioni si avvereranno, la Francia, che con 83 milioni di turisti è stata per lungo tempo la nazione più visitata al mondo, dovrà accontentarsi del secondo posto; rimarrà comunque molto avanti rispetto a Stati Uniti e Spagna, le due storiche nazioni rivali dell'eterno triangolo. Stiamo attraversando anni di incertezza. Il turismo europeo è cresciuto solo del 4% nel 2000, mentre in Asia è aumentato del 6%... e l'Africa si sta finalmente risvegliando!

Concludiamo parlando dei cieli d'Asia. Entro il 2030 saranno necessari 12.000 nuovi aerei, tra cui 320 jumbo. Ciò implicherà l'assunzione di 192.000 nuovi piloti e l'emergere di un problema serio: "chi li addestrerà?"

### "Lost in connection", ovvero la rivoluzione digitale

Di fronte a queste ipotesi di futuro, i viaggiatori europei hanno iniziato a reagire? La risposta è affermativa. Creativi e all'avanguardia come sempre, sembra che abbiano deciso di cambiare paradigma e adottare modelli più idonei alla nuova situazione economica, sociale e tecnologica del turismo.

Soprattutto ora, che dispongono di un formidabile alleato dai mille schermi che consente non solo di vedere tutto ma di essere sempre **connessi** tramite portali giganteschi o *network* in rapida diffusione con i loro "mi piace", "tweet" e forum, dove poter chattare, scambiarsi opinioni, commenti, immagini, musica, filmati...



#### Europ Assistance, un marchio forte da sempre

Con una rete estesa in tutto il mondo, Europ Assistance fa parte ormai della vita quotidiana di oltre 300 milioni di consumatori di ogni dove. Mettendo a frutto la propria storia, l'interesse per la gamma di prodotti e servizi proposti e il valore che ha agli occhi del pubblico, il marchio Europ Assistance è noto, riconosciuto e apprezzato dai suoi clienti. Il livello di riconoscimento del marchio è particolarmente alto in Francia, Italia, Belgio e Spagna, dove l'azienda ha operato per lungo tempo. Ovunque nel mondo il marchio Europ Assistance, che principalmente viene inserito nei pacchetti offerti dai propri clienti e partner, è sinonimo di innovazione e prestazioni di alto valore. Per questo motivo non è solo molto apprezzato, ma anche scelto da centinaia di altri marchi importanti.

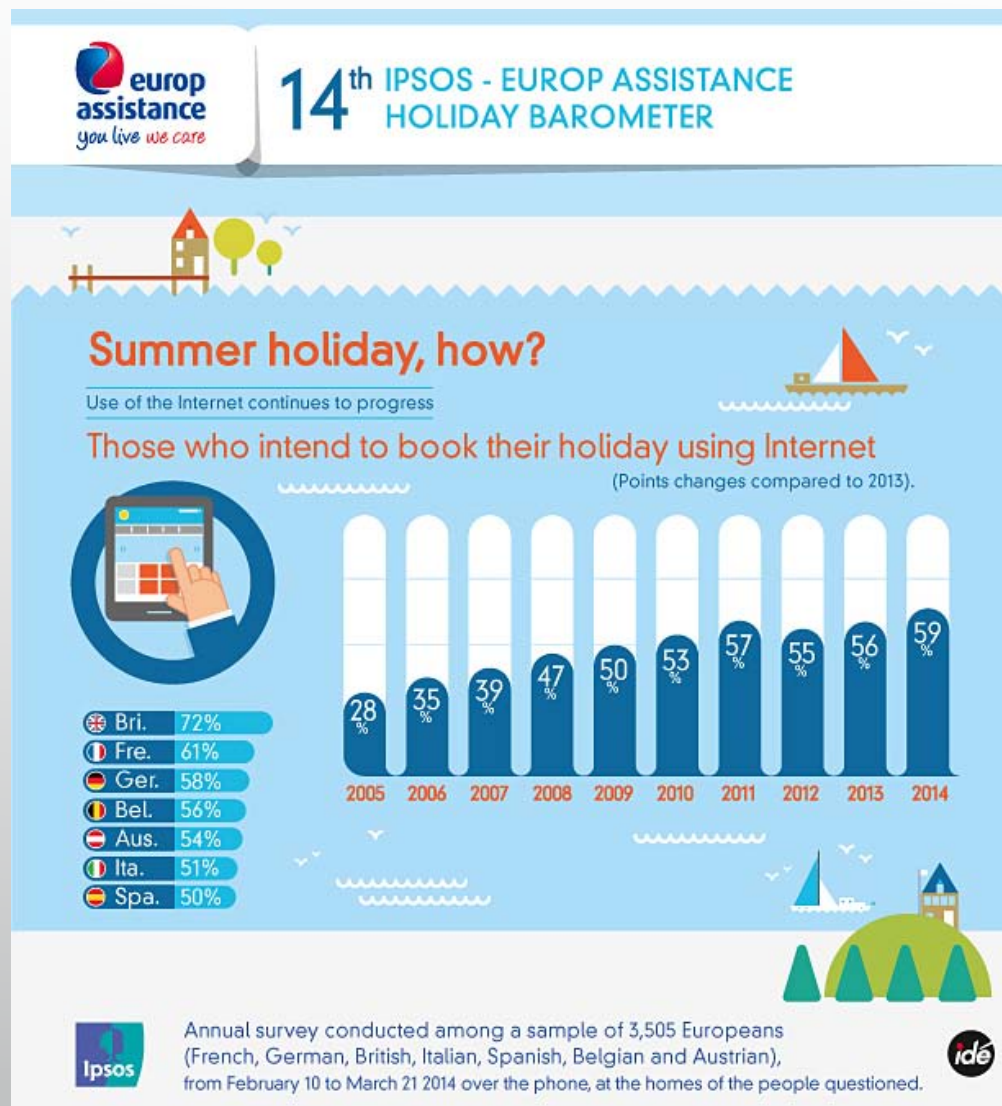
## Potere ai viaggiatori

In 10 anni la Terra è cambiata drasticamente, così come il modo di viaggiare. Il **turismo elettronico**, con realtà importanti quali Expedia, Booking, Google Flights, Lastminute, ecc., attrae milioni di utenti online che confrontano e vendono viaggi, hotel e guest house. I social network come Tripadvisor agiscono da intermediari su dimensioni che non hanno confronti: 260 milioni di visite uniche al mese e oltre 125 milioni di visualizzazioni e opinioni su tre milioni di luoghi in cui alloggiare, mangiare o divertirsi.

Altri siti diversificano la loro offerta in base a quelli che sono considerati i **nuovi segmenti**, e cioè gli anziani, i single, i giovani, i gay, le famiglie, gli sportivi e gli amanti dell'avventura, della musica e del ballo. Alcune *startup* stanno reinventando pratiche antiche basate sullo scambio, la condivisione, le vendite tra privati e la collaborazione. Sono i giorni dell'**economia condivisa**.

Grazie a Internet, lo scambio di casa sta sperimentando una nuova vita. Gli affitti sono pagati direttamente al cliente tramite operatori tradizionali quali HomeAway o ambiziose startup. In soli cinque

anni Airbnb ha richiamato milioni di utenti che formano una comunità per la quale ciò che conta non è solo dove stare, ma anche incontrare persone, par-



lare, fare amicizia. E poi ci sono i siti di **couchsurfing**, moderna incarnazione della pratica di offrire uno spazio anche minimo, in questo caso un divano, agli amici degli amici, che ora conta tre milioni e mezzo di membri e un numero illimitato di imitatori.

“**Vere e proprie nuove organizzazioni internazionali**”, queste comunità si occupano di tutti gli altri aspetti del turismo. “Greeters” propongono city tour gratuiti e originali. Cuochi fantastici offrono pasti da consumare direttamente alla loro tavola e il *carpooling* è diventato una soluzione sempre più apprezzata per recarsi al

### Ipsos-Europ Assistance: il barometro delle vacanze

Su richiesta del gruppo Europ Assistance, IPSOS ha svolto un'indagine su un campione di 3.500 cittadini europei (provenienti da Francia, Germania, Regno Unito, Italia, Spagna, Belgio e Austria). Lo studio, pubblicato per il 14° anno consecutivo nel 2014, punta a valutare i programmi di vacanza e le motivazioni dei soggetti intervistati, nonché le loro destinazioni preferite e le tipologie di soggiorno.

Secondo gli europei, i tre miglioramenti più importanti degli ultimi cinquant'anni nel campo del turismo e delle vacanze sono:

- per il 72% degli intervistati lo sviluppo del trasporto aereo;
- per il 71% degli intervistati la possibilità di organizzare le proprie vacanze tramite Internet;
- per il 69% la possibilità di ottenere assistenza e protezione nell'eventualità di problemi durante le vacanze.

In vista della Coppa del mondo di calcio che si terrà in Brasile dal 12 giugno al 13 luglio 2014, il barometro Ipsos-Europ Assistance rappresenta un'opportunità per riconsiderare l'impatto di questo evento sul periodo in cui gli europei vanno in vacanza.



©istock.com/wip.plus



## 14<sup>th</sup> IPSOS - EUROP ASSISTANCE HOLIDAY BAROMETER



**Any impact of the Football World Cup?**  
Those who will change their holiday period taking the Soccer World Cup into account



Annual survey conducted among a sample of 3,505 Europeans (French, German, British, Italian, Spanish, Belgian, and Austrian), from February 10 to March 21 2014 over the phone, at the homes of the people questioned.

lavoro o andare in vacanza. In un mondo colpito da difficoltà economiche, i viaggiatori occidentali resistono e, grazie al computer, impongono modelli quasi utopistici. Bypassando il mercato e schivando gli abusi della globalizzazione, si alimentano del sistema esistente e danno spazio alla loro anima ecologista.

### Ritorno alle basi

Grazie alla globalizzazione e a Internet, le nuove generazioni influiscono gradualmente sul modo di viaggiare dei nuovi turisti, come ad esempio in Asia, dove i paradigmi materialistici sono stati impercettibilmente sostituiti da obiettivi più immateriali o perfino spirituali.



©istock.com/wip.plus

Non c'è nulla di paradossale in tutto ciò! In un mondo che da più di 10 anni è minacciato da terrorismo, disastri climatici, inquinamento dell'aria e del cibo e dalla crisi economica, l'*homo turisticus* del terzo millennio è diventato più esperto, indipendente e libero in termini di desideri e scelte.

I turisti si sono trasformati in altruisti curiosi alla ricerca di **pace, contatti, emozioni, solidarietà, attenzione e sicurezza**. Tutti valori che Europ Assistance offre da sempre.



*"L'aumento delle offerte di viaggi online e la comparsa di nuovi giocatori nell'area del turismo continuano a trasformare le nostre abitudini di consumo. Per essere più vicini ai clienti e ancora più attenti alle loro esigenze, rimaniamo all'avanguardia con continue innovazioni. Il nostro obiettivo è di offrire soluzioni digitali sempre più personalizzate in base alle esigenze di viaggio dei nostri clienti."*

**Paola Bianchi**

*International Business Division  
Director Europ Assistance Group*