

brandforum.it



News

Il futuro del turismo "a 4 zampe"

🕒 07/06/2021

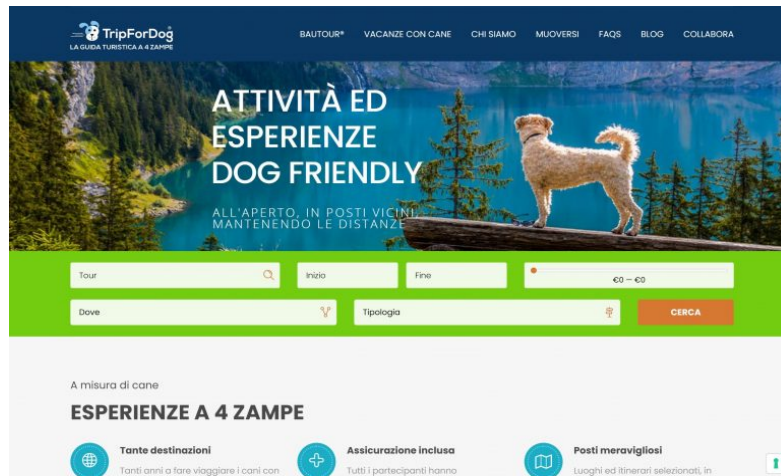
TURISMO

Già nel 2019, un italiano su cinque portava con sé in vacanza il proprio animale: oggi molte destinazioni offrono soluzioni pet-friendly, in quanto diventa fondamentale intercettare questo target.

Sono sempre più numerose le persone che decidono di accogliere un animale nella propria vita e con i vari lockdown che si sono susseguiti durante lo scorso anno, sembra che questo trend sia addirittura cresciuto. Infatti, l'ONG **Enpa** dichiara di aver trovato una casa a 17.600 animali domestici nel 2020, il 15% in più rispetto all'anno precedente.

L'amico "a 4 zampe" diventa parte integrante della quotidianità e si desidera coinvolgerlo in quante più attività possibili. Se da un'indagine condotta dalla **Coldiretti/Ixè** nel 2019 un italiano su cinque (19%) portava con sé in vacanza il proprio animale, visti i dati attuali sopra citati, diventa fondamentale oggi intercettare questo target. Risultato è che molte destinazioni si stanno organizzando per offrire soluzioni **pet-friendly**.

Un esempio può essere rappresentato da **TripForDog**, un portale che propone un'offerta dedicata proprio a coloro che vogliono vivere delle esperienze in compagnia del proprio amico a quattro zampe, anche in vacanza. *"La nostra missione è quella di agevolare gli spostamenti, le vacanze, le esperienze e le attività di chi vuole viaggiare insieme al proprio cane, prevenendo di fatto l'abbandono"*, afferma **Marco Fabris ideatore del portale**.



The screenshot shows the TripForDog website interface. At the top, there's a navigation menu with links: BAUTOUR*, VACANZE CON CANE, CHI SIAMO, MUOVERSI, FAQS, BLOG, COLLABORA. The main banner features a scenic landscape with a dog on a log, with the text "ATTIVITÀ ED ESPERIENZE DOG FRIENDLY" and "ALL'APERTO, IN POSTI VICINI, MANTENENDO LE DISTANZE". Below the banner is a search form with fields for "Tour", "Inizio", "Fine", "Dove", and "Tipologia", along with a "CERCA" button. At the bottom, there are three highlighted features: "Tante destinazioni" (Tanti anni a fare viaggiare i cani con), "Assicurazione inclusa" (Tutti i partecipanti hanno), and "Posti meravigliosi" (Luoghi ed itinerari selezionati, in).

Una delle leve su cui si basa questo tipo di offerta è la possibilità di offrire esperienze immersive e a volte fuori dal comune. Nel caso di TripForDog, per esempio, i proprietari insieme ai loro cani possono partecipare a **BauTour di branco, dog trekking e tour enogastronomici pet-friendly**, con educatori cinofili e guide ambientali escursionistiche.

Nel caso di vacanze nelle città d'arte, è possibile anche **recarsi presso musei e mostre** con biglietti salta-coda e senza doversi preoccupare del proprio cane, perché affidato a un dog-sitter fino alla fine della visita. Per l'estero invece viene fornito un vademecum contenente tutta una serie di informazioni riguardo trasporti, strutture, norme da rispettare e documenti da portare con sé. Sempre a proposito di coinvolgimento e cura del cliente, anche al di fuori dell'esperienza del viaggio in sé, vengono organizzati **eventi pet-oriented**, come il BauCapodanno allestito in ambienti appositi che permettono di trascorrere una serata lontano dai botoli di San Silvestro, oppure ancora attività insieme a istruttori esperti della Scuola Italiana Cani da Salvataggio.

Durante questi mesi è stato possibile osservare come la pandemia abbia radicalmente cambiato il viaggiatore, il modo in cui prende le decisioni, ma anche come siano mutate le sue esigenze. Ora che è giunto il momento della ripartenza sia turistica che economica, diventa fondamentale tener conto di queste trasformazioni. Infatti, l'offerta viene costruita su misura attorno ai bisogni o alle passioni di target sempre più specifici, prediligendo le nicchie di mercato rispetto a una platea vasta ed eterogenea. Questo tipo di approccio consente di far vivere più intensamente e in maniera più coinvolgente le esperienze, con lo scopo di raggiungere una maggiore soddisfazione del turista.