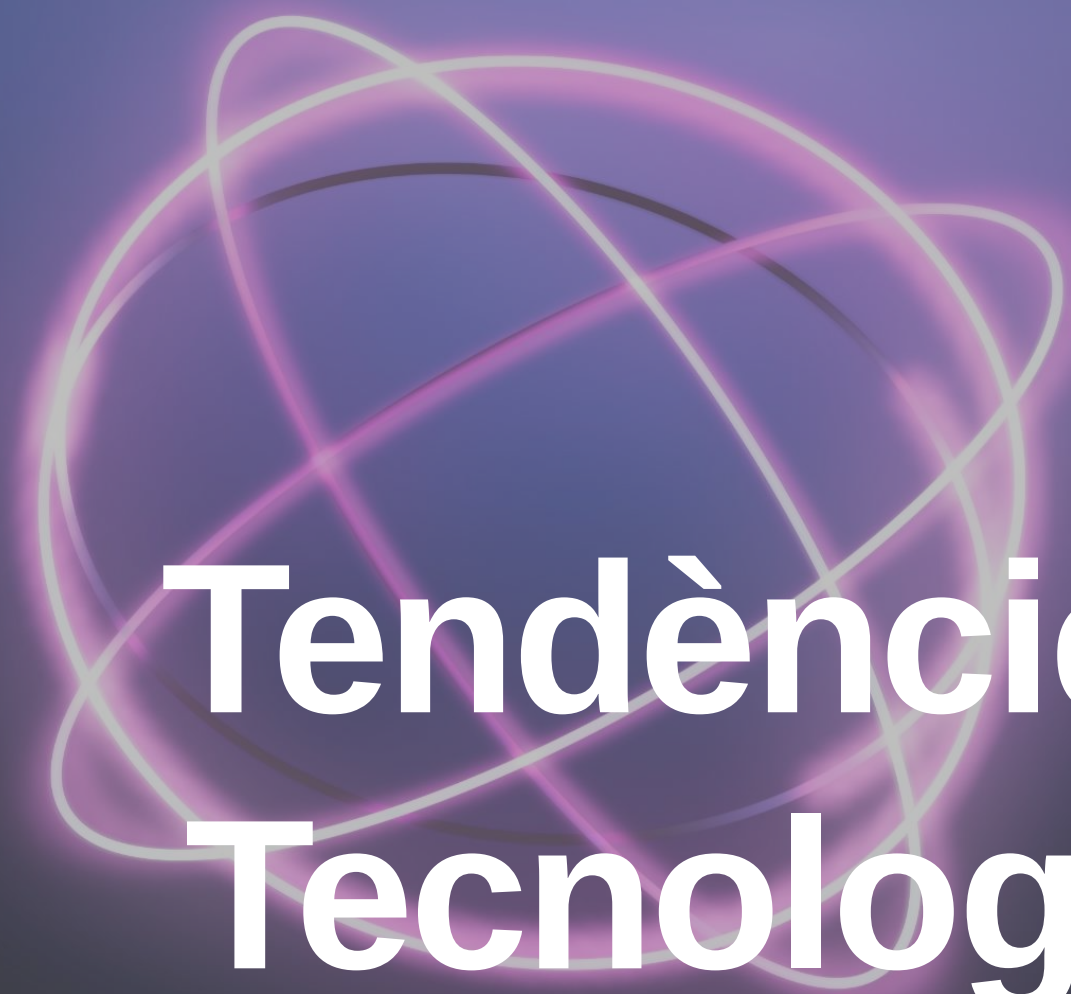
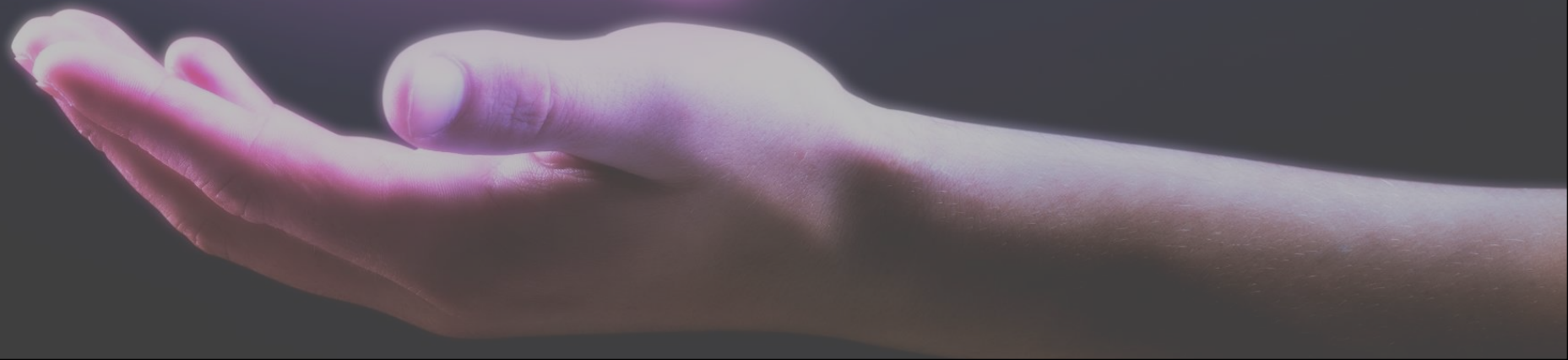


Tendències en turisme
2025



Tendències Tecnologia



Tendències. Tecnologia

Intel·ligència artificial aplicada: eficiència i satisfacció

La IA es normalitza, però l'opinió generalitzada és que tot i que pot ajudar a l'automatització i agilització de processos no es pot deixar de banda el factor humà tant important en el turisme.



Tendències. Tecnologia

Personalització sense precedents, però amb límits

La IA pot oferir experiències de viatge altament personalitzades, però existeix un desafiament per garantir que les recomanacions siguin no sols personalitzades, sinó també viables.



Tendències. Tecnologia

Confiança i privadesa: els pilars de la personalització

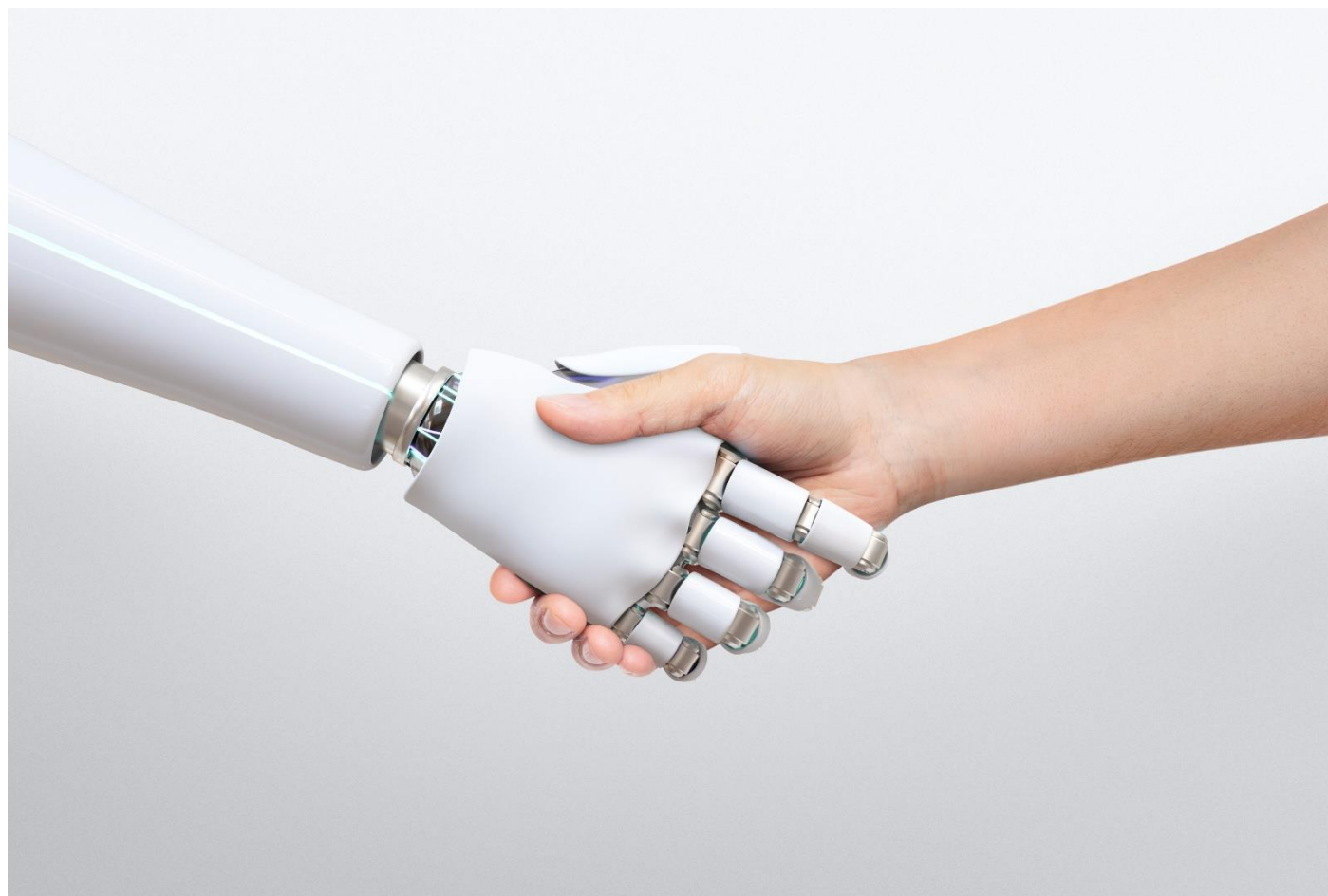
Els viatgers no sempre estan disposats a compartir les dades personals i exigeixen beneficis clars abans de cedir la seva informació.



Tendències. Tecnologia

Canvis en l'atenció al client: col·laboració humà-màquina

Identificar quines tasques han de ser automatitzades i quines requereixen habilitats humanes és crucial, especialment en interaccions crítiques on el judici i l'empatia són imprescindibles.



Tendències. Tecnologia

Aerolínies i anticipació de necessitats

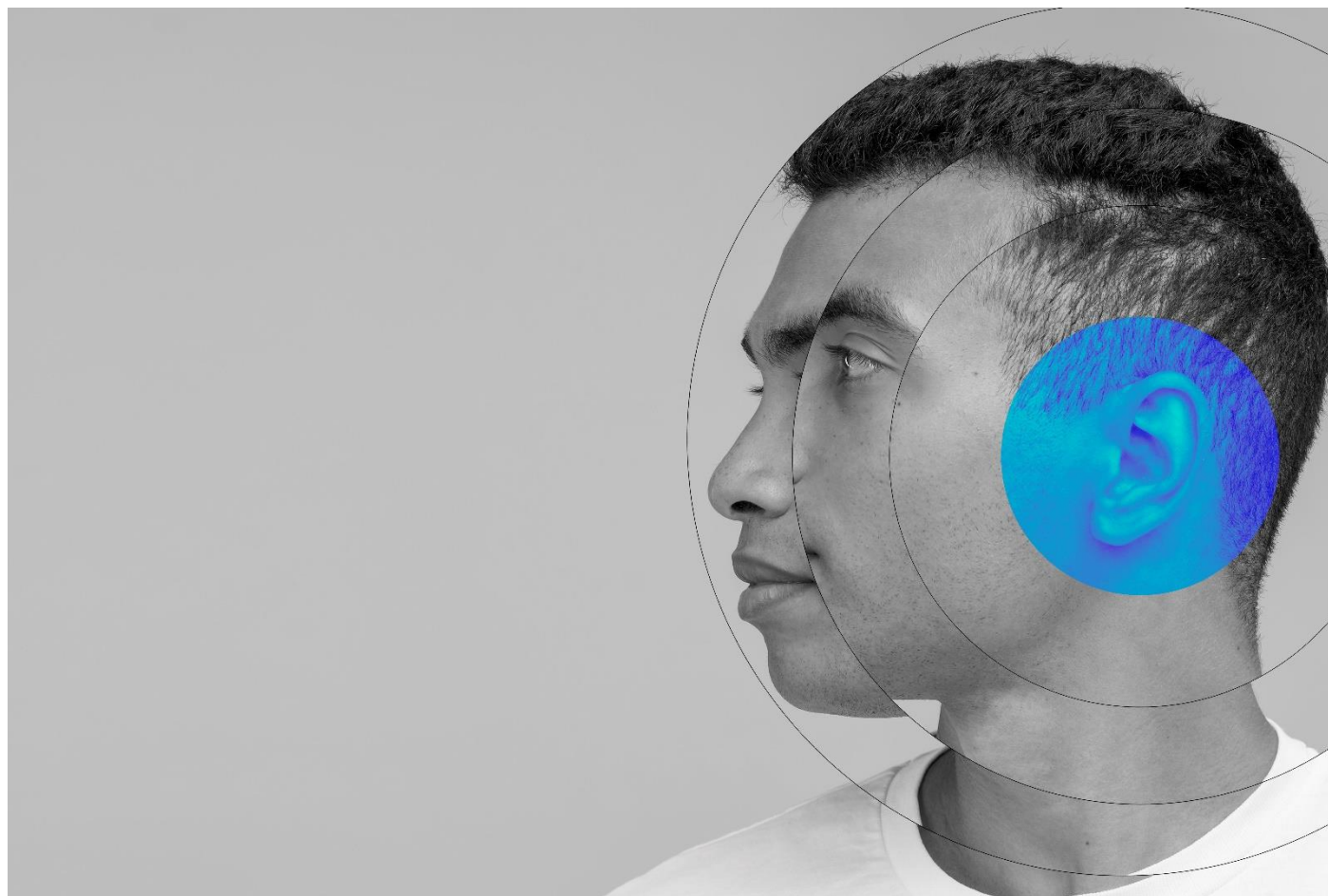
Aquest enfocament cerca transformar els vols en experiències úniques, adaptades a cada passatger.



Tendències. Tecnologia

Viatges per a tothom, gràcies a la IA

Aquest enfocament permet a les plataformes respondre a preferències i necessitats úniques sense fer preguntes directes, evitant intrusions a la privadesa mentre promouen un turisme per a tothom.



Tendències. Tecnologia

Interfícies dinàmiques: el futur dels llocs web de viatges

La IA a través de les plataformes digitals, podria oferir experiències personalitzades i dinàmiques en temps real, basades en les dades i les preferències dels usuaris.



Tendències. Tecnologia

Col·laboració i ètica: els desafiaments del futur

L'ús responsable de la IA serà clau per a l'adopció generalitzada d'aquesta tecnologia i caldrà treballar conjuntament per establir estàndards i pràctiques ètiques.



Tendències. Tectonologia

Oportunitats

En un món cada cop més digital, la intel·ligència artificial (IA) s'ha convertit en una eina essencial en el sector turístic, millorant l'eficiència dels processos i la satisfacció dels clients.



Automatització i personalització: Apropar-se als viatgers amb experiències més eficients i personalitzades mitjançant IA.



Confiança i privadesa: Garantir la privadesa de les dades dels viatgers mentre es fan ofertes atractives a canvi d'informació personal.



Model híbrid de servei: Combinació d'atenció automatitzada i humana, maximitzant els avantatges de la tecnologia sense perdre l'empatia.



Accés per a tothom i diversitat: Usar la IA per oferir serveis per a tots els tipus de viatgers, sense comprometre la seva privadesa.



Innovació contínua: Invertir en plataformes digitals dinàmiques i interactives per millorar l'experiència de reserva i personalització en temps real.

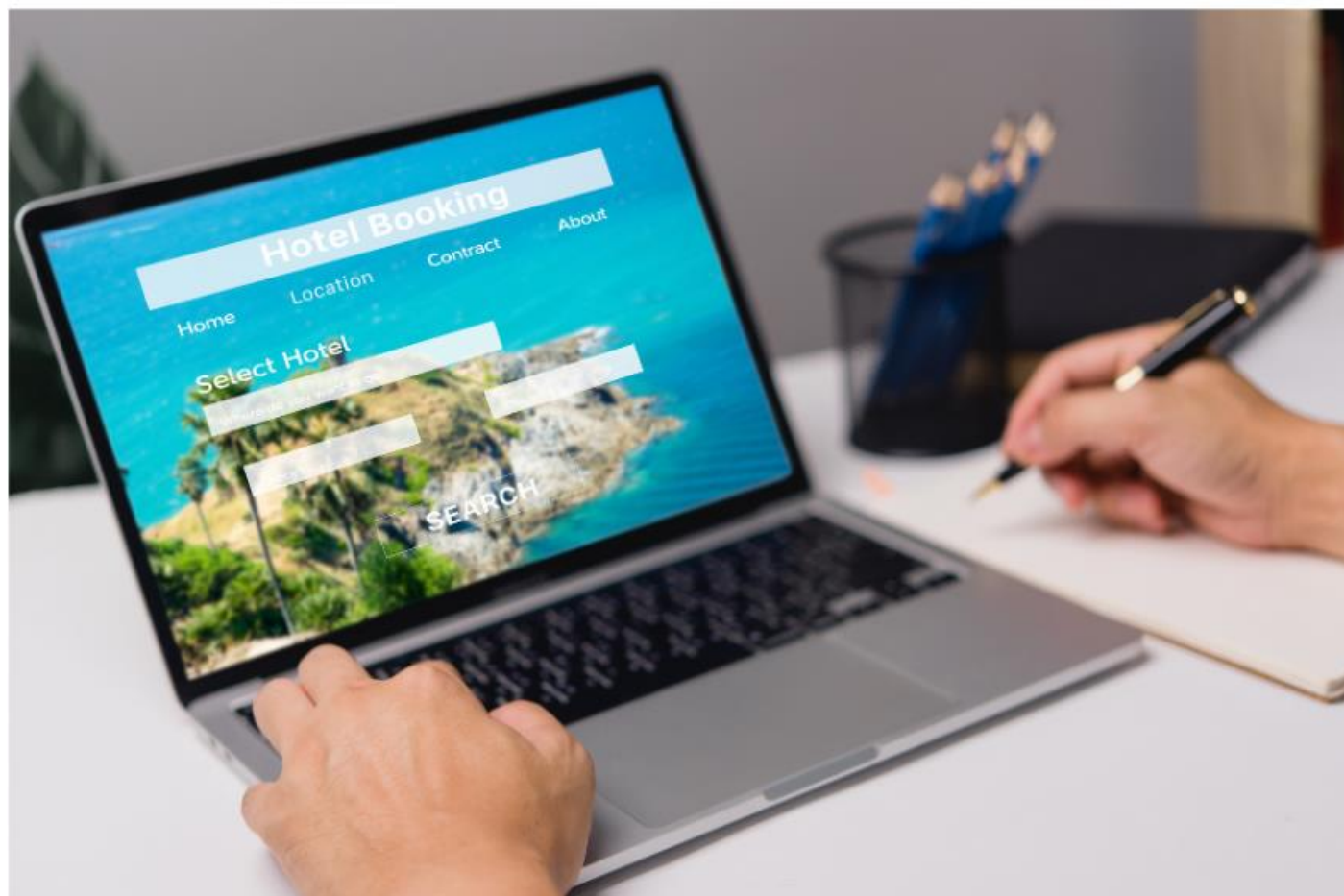


Tendències Hàbits de consum

Tendències. Hàbits de consum

Les cerques augmenten un 10% i les agències de viatges en línia amplien el seu lideratge en reserves

L'ús de fòrums gairebé s'ha duplicat, sobretot entre els viatgers joves nord-americans i alemanys, més que no pas recórrer als consells de familiars i amics, que ha disminuït per tercer any consecutiu.



Tendències. Hàbits de consum

Reserves anticipades

Aquesta tendència cap a l'anticipació continuarà consolidant-se, i fins i tot es preveu que s'incrementi durant el 2025.



Tendències. Hàbits de consum

Wiser Wallets, Sensibles al pressupost vs. Viatger “tot terreny”

Els consumidors estan prioritant l'estalvi i allunyant-se de les compres impulsives.

Tot i això, el viatger « tot terreny » està disposat a gastar més en allò que l'interessi, pagar més per una experiència respectuosa amb el medi ambient o allargar les seves vacances.



Tendències. Hàbits de consum

Filtratge d'informació: un desafiament persistent

La saturació informativa i l'abundància d'opcions dificulta la presa de decisions.



Tendències. Hàbits de consum

Compres en viu: una oportunitat emergent

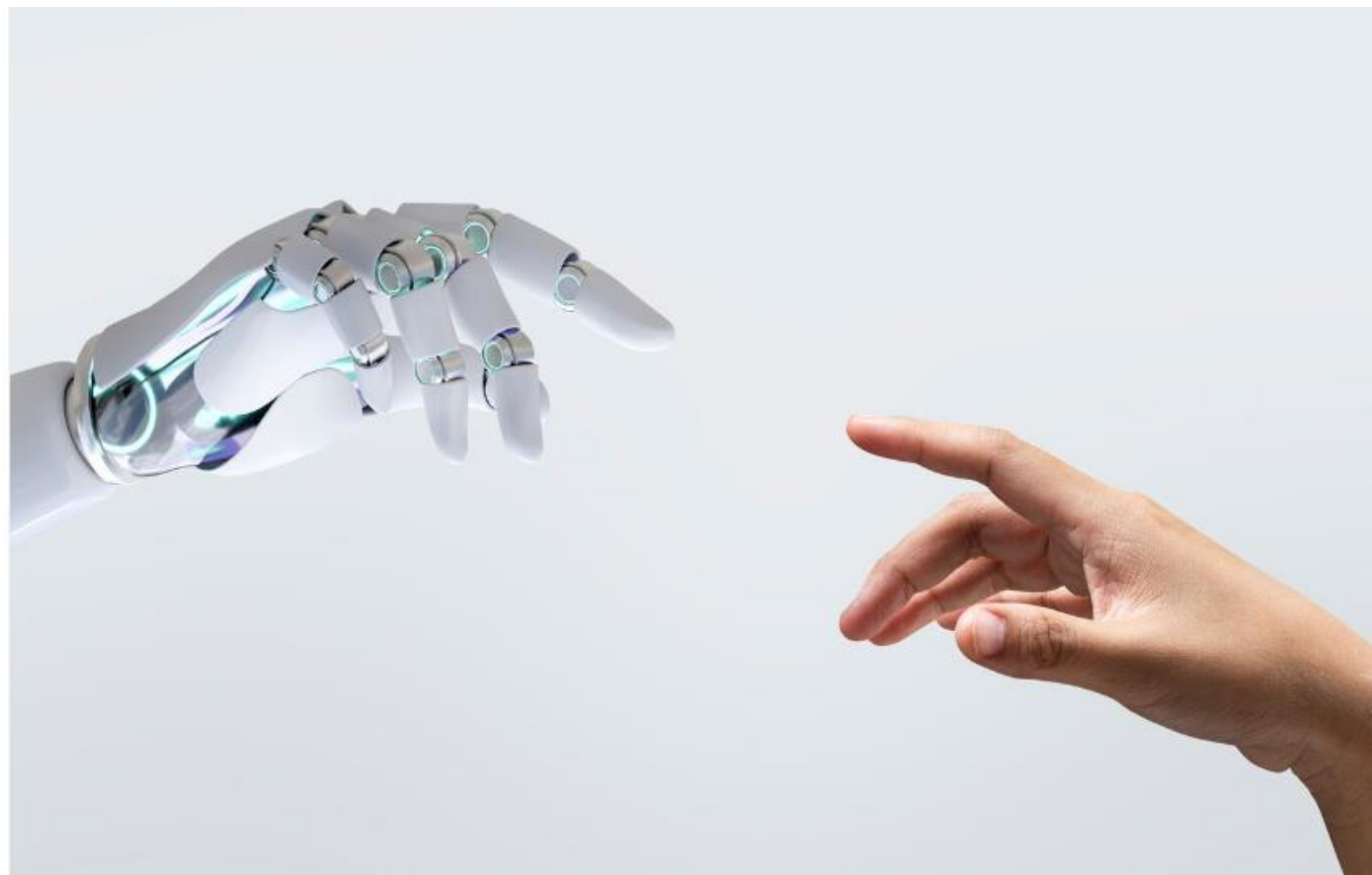
Una altra tendència destacada és l'auge del *livestreaming* com a eina per presentar productes i serveis de manera clara i atractiva.



Tendències. Hàbits de consum

Ambivalència cap a la intel·ligència artificial

Tot i que la IA és un element central en l'evolució del sector, només el 43% dels consumidors considera fiable la informació generada per aquestes eines, i hi ha diferències significatives en la seva acceptació segons la generació.



Tendències. Hàbits de consum

Eco Logical

La recerca d'opcions sostenibles continua sent una prioritat, però els consumidors exigeixen evidències clares dels beneficis ambientals.



Tendències. Hàbits de consum

Biomimètica

Ciència que estudia la natura com a font d'inspiració de tecnologies innovadores per resoldre els problemes humans i avançar en el desenvolupament.



- ✓ **Innovació de producte**, utilitzant materials que segueixen els models de la natura.
- ✓ **Innovació organitzativa i de processos**, seguint els processos com ho fa la natura, en línia amb l'economia circular, per eliminar els residus.
- ✓ **Innovació en model**, aplicant solucions basades en la natura amb base científica.
- ✓ **Innovació a canals**, aplicant solucions de realitat virtual.
- ✓ **Innovació en xarxa**, potenciant el coneixement col·lectiu al voltant de la sostenibilitat amb sessions d'intel·ligència.

Tendències. Hàbits de consum

La sostenibilitat lidera el turisme ferroviari

Les prediccions per al 2025 apunten que aquest mode de transport serà cada cop més rellevant, especialment per a viatgers conscients de l'impacte ambiental que genera el seu desplaçament.



- ✓ **Sostenibilitat.** Les companyies ferroviàries estan invertint en iniciatives verdes, per reduir les emissions de carboni.
- ✓ **Innovació digital i personalització al servei del viatger.** Actualitzacions en temps real, preus dinàmics i recomanacions personalitzades transformaran l'experiència de viatge.
- ✓ **L'auge del bleisure.** Amb l'alta velocitat i serveis com Wi-Fi a bord, els trens es perfilen com una opció ideal per a aquest tipus de viatgers.

Tendències. Hàbits de consum

La gastronomia i els esdeveniments com a motors d'atracció

L'interès per les experiències culinàries i els grans esdeveniments també continuaran sent un factor clau per atraure turistes.



Tendències. Hàbits de consum

Oportunitats

Les agències de viatges en línia, les ressenyes i les preferències per experiències locals i sostenibles marquen algunes de les tendències de consum turístic, on la visibilitat digital i la comunicació en temps real tenen un paper fonamental.



Serveis personalitzats i en línia: Millorar la recerca i la personalització a través d'eines digitals i intel·ligència artificial, amb un enfocament clar cap a la sostenibilitat i l'incentiu a la reserva anticipada.



Sostenibilitat i transparència: Oferir opcions sostenibles amb evidències clares dels beneficis ambientals per atraure viatgers conscients del seu impacte ecològic.



Novetats en comunicació: Utilitzar *livestreaming* i altres noves formes de comunicació per crear una connexió més immediata i dinàmica amb els consumidors.



Ofertes segmentades: Dissenya ofertes específiques per a viatgers amb pressupostos ajustats i per aquells disposats a invertir més en experiències úniques i respectuoses amb el medi ambient.



Turisme ferroviari i gastronomia: Promociona el turisme ferroviari i les experiències gastronòmiques per respondre a les demandes de viatgers responsables i amants de la cultura local.

Tendències Nous comportaments



Tendències. Nous comportaments

Relacions humanes

La fatiga digital ha portat els viatgers a cercar connexions humanes genuïnes a través dels viatges. Els viatges en solitari i les experiències grupals per fomentar amistats seran una tendència clau.



Tendències. Nous comportaments

Retrospecció idíl·lica

Nostàlgia, revivint viatges del passat per reconnectar amb altres èpoques o recordar experiències concretes.



Tendències. Nous comportaments

Everything Traveller

Combinació entre allò antic i el nou que reflecteix la dinàmica canviant dels viatges. El viatger busca una combinació estratègica entre destinacions tradicionals i les que estan de moda.



Tendències. Nous comportaments

Ciutats emergents i experiències locals

Tot i que els grans monuments i ciutats com París, Londres, Roma i Barcelona continuaran atraient la majoria dels viatgers, hi ha un interès creixent per ciutats no tan populars.



Tendències. Nous comportaments

Hotels com a destinacions en si mateixos

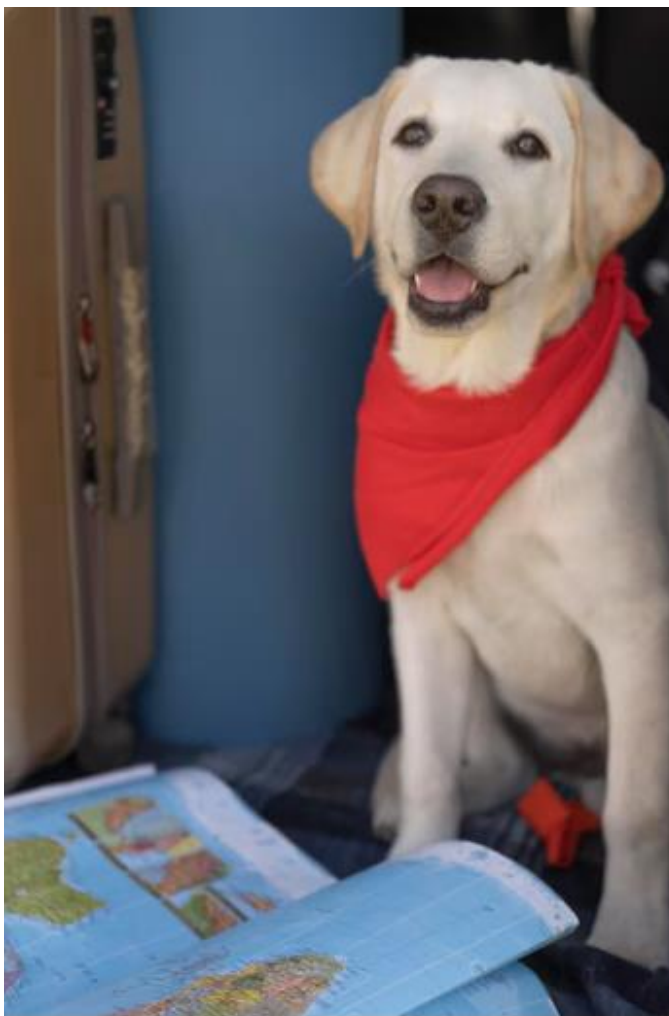
El 2025, els hotels deixaran de ser simples allotjaments per convertir-se en destinacions turístiques i els viatgers planificaran les vacances al voltant d'establiments icònics.



Tendències. Nous comportaments

El nombre de viatgers que treballen augmenta fins al 41%, amb mascotes de per mig

El canvi més gran es produeix entre els mil·lennistes i si els allotjaments admeten mascotes és un factor clau per la tria de l'allotjament.



- ✓ **Benestar com a prioritat.** El benestar s'ha convertit en una prioritat per als viatgers, i els hotels estan ampliant la seva oferta més enllà dels spas tradicionals. Això inclou menús saludables i personalitzats amb ingredients locals, instal·lacions que promouen el descans, teràpies de relaxació, mindfulness i activitats com senderisme o ioga a l'alba. La salut mental es perfila com una experiència de viatge.

Tendències. Nous comportaments

Generació Z i el renaixement del tot inclòs

Més del 40% de la
Generació Z considera els
resorts tot inclòs la seva
opció preferida.



Tendències. Nous comportaments

JOMO Travel: La desconexió conscient

Un 62% dels viatgers valoren les vacances relaxants com una manera de reduir l'estrès. Aquest viatger busca llocs apartats i tranquils, com muntanyes o platges menys conegudes o concorregudes.

Joy of Missing Out



Tendències. Nous comportaments

Oportunitats

Els viatgers actuals valoren connexions humanes autèntiques, experiències personalitzades i sostenibles, amb un interès creixent per destinacions emergents, hotels amb activitats úniques i opcions tecnològiques avançades.



Connexió humana i autèntica: Desenvolupar experiències que promoguin vincles socials genuïns i emocionalment enriquidores.



Nostàlgia i experiències personalitzades: Crear experiències que connectin els viatgers amb el passat a través de temàtiques nostàlgiques i destinacions amb significat històric..



Viatge amb mascotes i treball remot: Oferir allotjaments adaptats per a viatgers amb mascotes i serveis per a aquells que treballen mentre viatgen.



Generació Z i tot inclòs: Crear resorts tot inclòs amb serveis moderns i sostenibles que atreguin a la Generació Z, com activitats digitals i gastronòmiques innovadores.



Desconnexió i benestar: Dissenyar ofertes enfocades en la desconnexió conscient, amb destinacions tranquil·les que afavoreixin el descans i la relaxació.

intel·litur.

b2b.catalunya.com