

Milano, 11 aprile 2007

UK: SCOPERTO “IL TARLO DEL VIAGGIO” NELLE PERSONE

*Uno studio universitario colloca “il tarlo del viaggio” tra le componenti importanti della psiche
Per guarire: andare in vacanza almeno cinque volte l’anno!*

I viaggiatori inglesi sono incoraggiati a partire da una recente ricerca che conferma come alcuni di loro abbiano in comune una particolare personalità, dove la spinta psicologica che sentono a spezzare la routine e ad evadere con un viaggio è davvero innata e molto forte. Anzi, solo assecondando quest’impulso si sentiranno davvero appagati.

Secondo questa ricerca commissionata dagli esperti di viaggi online lastminute.com, gli studenti dell’Università di Leeds hanno studiato il ‘fattore mentale’ che ha generato il recente boom di circa 47 miliardi euro spesa in viaggi* nel Regno Unito e hanno messo a punto una vera e propria formula per la personalità ricorrente di quelli che hanno definito i ‘**viaggiatori nati**’.

A tutti coloro che hanno questa innata personalità a viaggiare, la ricerca di lastminute.com raccomanda di “assecondarla” e partire almeno 5 volte l’anno anche per brevi periodi.

La formula ideata, le cui componenti fatalmente formano la parola ‘O.C.E.A.N**’, si spera aiuti a capire maggiormente i fattori motivazionali, spesso ignorati dal mercato, che stanno dietro ‘il perché’ le persone prendano determinate scelte di mete di viaggio in un mercato così vasto di offerte e possibilità.

La ricerca è stata realizzata applicando una rigida analisi psicologica rivolta ai partecipanti, le cui personalità sono state registrate come anonime e analizzate incrociando un’ampia gamma di variabili connesse al viaggio.

Lo studio, che ha spaziato in vari ambiti, dalle abitudini di viaggio alla passione per l’arte e la cultura, ha trovato cinque diverse inclinazioni ricorrenti, che potevano essere individuati per determinare se si trattasse di un esploratore tipo un “Cristoforo Colombo moderno” o un appassionato di “pacchetti vacanza sicuri”.

Il dottor **Rhiannon Turner**, Professore **all’Università di Leeds**, che ha ideato la ricerca spiega così la formula: “Tra coloro che hanno risposto e risultavano possedere un alto livello di ‘Speranza’, ‘Coscienza’, ‘Estro’ e ‘Disponibilità’, e basso di ‘Nevrosi’ venivano classificati come coloro che vivono il viaggio come parte della loro ‘identità profonda’ ed erano propensi a spendere maggiormente e a partire anche per vacanze fredde e avventurose”.

Nonostante si dica che 'il tarlo del viaggio' sia innocuo e secondo gli studiosi un impulso benefico – è tuttavia un impulso che necessita d'essere controllato, altrimenti può portare a stress, stanchezza e anche depressione***. L'indicazione degli studiosi è quindi quello di soddisfare quest'impulso cinque volte l'anno.

John Bevan, Travel Director di lastminute.com ha dichiarato: "Così come mangiare frutta e verdura "cinque volte al giorno" ci aiuteranno a tenerci in salute, per lo stesso scopo può aiutarci partire per una vacanza o fare una pausa dal lavoro cinque volte all'anno. Questo non vuol dire che bisogna andare all'estero cinque volte l'anno, ma anche solo organizzare una gita per il fine settimana, pernottare in un hotel in una città diversa o raggiungere in treno mete vicine...insomma pause regolari dal lavoro, possono aiutarci ad aumentare la concentrazione mentale e ricaricare le batterie".

**Fonte – Dati provenienti da una Ricerca sui Passeggeri Internazionali che è stata pubblicata su Travel Trends, l'8 novembre 2006.*

***In inglese: Openness, Conscientiousness, Extroversion, Agreeableness e Neuroticness.*

****Honey Langcaster-James, Psicologo, autore di "Five a year".*

Note

Scoperte rilevanti emerse da questo studio di lastminute.com

- Le persone sposate spendono di più rispetto alle vacanze di single o conviventi. In media, chi è sposato ha speso €2636 per l'ultima vacanza, mentre i single hanno speso €1815 e i conviventi €1634.
- Le donne vedono il viaggio come una cosa importante rispetto agli uomini e hanno in generale un atteggiamento più positivo verso il viaggio.
- Il 59% di coloro che hanno risposto, ha acquistato la propria vacanza online, il 26% dalle principali agenzie della città e un altro 3% via telefono, mentre il rimanente 8% ha organizzato la propria vacanza in altro modo, per esempio stando con la famiglia o gli amici, o prenotando all'arrivo nella destinazione stessa.

Ufficio stampa lastminute.com

c/o AIGO

Anna Fosso, Michela Bernardo

Tel. 02-669927.1

Email: { [HYPERLINK "mailto:a.fosso@aigo.it"](mailto:a.fosso@aigo.it) }; m.bernardo@aigo.it