

Generazione Z e viaggi: il 45% si fida dei consigli di influencer e personaggi famosi

- Per la Generazione Z, Instagram è la principale fonte di ispirazione per decidere la meta della prossima vacanza
- Il 45% si fida dei consigli di influencer e personaggi famosi
- Il 25% scatta oltre 50 foto al giorno durante la vacanza e il 40% le condivide sui social
- Ciononostante, metà dei partecipanti pensa che si presti troppa attenzione ai social durante le vacanze.

Quando si parla di social media, automaticamente si fa riferimento alla Gen Z e all'uso che ne fa: si sono già stancati o continuano a condividere contenuti? Si fidano davvero delle opinioni e dei consigli degli influencer?

Una nuova ricerca condotta da Booking.com, il leader mondiale nell'offerta di alloggi unici dove soggiornare, esperienze di viaggio e opzioni di trasporto, ha rivelato come i viaggiatori della Generazione Z si facciano influenzare da foto e immagini e amino molto condividerle, senza però ridurre la vacanza a un mero set fotografico.

Un'immagine conta più di mille parole

Al 54% dei viaggiatori della Generazione Z piace cercare sui social post e foto dedicate ai viaggi e il 40% va subito a dare un'occhiata al feed per trovare ispirazione, grazie agli hashtag come #travel, #ispirazione e #viaggi.

Le donne (per il 47%) sono più inclini a decidere il prossimo viaggio mentre scorrono tra i post di Instagram, battendo il 25% della media globale e il 30% registrato tra i Millennials. Quando si tratta di dover decidere la destinazione, il 45% degli appartenenti alla Gen Z afferma di farsi convincere dagli influencer, con il 35% pronto a fidarsi delle loro raccomandazioni e consigli.

Ma l'ispirazione non arriva solo dallo smartphone: il 35% dei partecipanti al sondaggio ha infatti dichiarato di voler spesso visitare mete viste in serie TV o film. E il 33% continua a chiedere consiglio ad amici e parenti, offline.

Fotografi social

Non solo il profilo degli influencer, ma anche quello personale deve essere ricco di foto ben fatte: il 43% della Gen Z conferma di scegliere destinazioni per fare foto spettacolari, e il 42% di caricare sempre qualche immagine sui social, contro il 35% dei viaggiatori appartenenti ad altre fasce d'età.

Il 29% dichiara di aver scattato tra le 10 e le 30 foto al giorno durante la loro ultima vacanza, e il 25% addirittura più di 50.

Questi dati non dovrebbero sorprendervi, visto che la Gen Z ha avuto fin da subito accesso alla tecnologia: il 55% indica la presenza del WiFi come uno dei fattori più importanti durante il soggiorno, una percentuale decisamente più alta rispetto al resto dei viaggiatori, confermando che per la Gen Z la vacanza non sia pensata per staccare la spina.

Non solo Instagram

I social però non sono tutto: la Gen Z dà molta importanza alle esperienze e il 57% dei partecipanti al sondaggio preferisce vivere il momento piuttosto che scattare foto da pubblicare online, una sorta di “bonus” extra ma non il motivo principale del viaggio. Il 50% infatti crede che venga data troppa rilevanza all’aspetto social dei viaggi: quindi, nonostante non si possa negare che la Gen Z sia molto presente online, allo stesso tempo è evidente come sappia quando è il momento di vivere esperienze offline.

-Fine-

INFO CONTATTI:

Per maggiori informazioni, contattare l’Ufficio Stampa di Booking.com in Italia:
alma.pantaleo@verastudio.it / +39 06 45 55 21 02

NOTE PER I REVISORI

*Ricerca commissionata da Booking.com e condotta in modo indipendente su un campione di 21.807 partecipanti dai 16 anni in su (25% nella fascia d’età 16-24 anni) in 29 mercati (inclusi 1.000 da Australia, Germania, Francia, Spagna, Italia, Cina, Brasile, India, Stati Uniti, Regno Unito, Russia, Indonesia, Colombia e Corea del Sud e 600 da Giappone, Nuova Zelanda, Thailandia, Argentina, Belgio, Canada, Danimarca, Hong Kong, Croazia, Taiwan, Messico, Paesi Bassi, Svezia, Singapore e Israele). La ricerca sul campo è stata svolta tra il 1° e il 16 maggio 2019, mentre il sondaggio è stato condotto online. La fase di ricerca e selezione dei partecipanti è stata condotta da Vitreous World, se non diversamente specificato, mentre l’analisi è stata affidata a Ketchum Analytics.

Chi è Booking.com

Fondata nel 1996 ad Amsterdam, Booking.com B.V. è cresciuta da piccola start-up olandese fino a diventare una delle più grandi aziende di e-commerce del mondo. Parte di Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG), Booking.com impiega al momento più di 17.500 persone in 198 uffici situati in 70 paesi in tutti il mondo.

Con la missione di aiutare i viaggiatori a scoprire il mondo, Booking.com investe in tecnologia digitale che aiuti la gente a viaggiare in modo sempre più facile. Mettiamo in contatto i nostri utenti con la più vasta selezione al mondo di strutture ricettive: appartamenti, case vacanze, B&B a conduzione familiare, resort a 5 stelle, case sugli alberi e persino igloo. Il sito di Booking.com e le app per dispositivi mobili sono disponibili in 43 lingue e offriamo oltre 28 milioni di unità inclusi 5,9 milioni di case, appartamenti e altri alloggi davvero unici, in più di 150.000 destinazioni in 227 paesi e territori in tutto il mondo.

Ogni giorno, sulla nostra piattaforma vengono prenotate oltre un milione e mezzo di notti. Che viaggio per lavoro o per piacere, i nostri clienti possono prenotare velocemente e facilmente su Booking.com il loro alloggio ideale (con conferma immediata), senza costi di prenotazione e con la promessa che rimborseremo eventuali differenze di prezzo. Grazie al nostro team di assistenza clienti, siamo raggiungibili 24 ore su 24 e forniamo supporto in oltre 43 lingue, a qualunque ora del giorno e della notte.

Seguici su [Twitter](#) e [Instagram](#), metti “Mi piace” sulla nostra pagina [Facebook](#) e per conoscere le ultime novità e per saperne di più su di noi, visita la nostra sala stampa.

È