

Generazione Z si fida di influencer e vip per decidere meta prossima vacanza

notizia pubblicata **07 agosto 2019** alle ore **10:29** nella categoria **Curiosita'**



Una nuova ricerca condotta da Booking.com 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. 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.

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 sorprenderci, 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.

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.