Le vacanze dei Millenials? Fai da te, social e nel Mediterraneo. L'analisi SGTour

L'80% dei **Millenials** predilige i viaggi in gruppo con amici, e per loro, l'alternativa al viaggio a pacchetto è la vacanza auto-organizzata. Tra le mete più gettonate, **Grecia, Croazia, Spagna, Malta, Montenegro e Italia**. E' quanto emerge da un' analisi condotta da **SGTour** (Gruppo OneDay) tra gli oltre 2,5 milioni di like della propria community di riferimento (**ScuolaZoo,** il portale studentesco fondato da Paolo De Nadai insieme a Francesco Fusetti). Secondo la ricerca, scrive l'Agi, il 45% dei Millenials - in particolare i giovani tra i 16 e i 19 anni con una percentuale equamente distribuita tra maschi e femmine (50%) - nel fare un viaggio preferisce quello organizzato e lo sceglie attraverso i consigli dei social. Nel dettaglio di coloro che scelgono un viaggio organizzato, emerge anche che i ragazzi tra i 20 e i 24 anni sono il 35% mentre tra i 25 e i 30 anni sono il 20%. A livello nazionale, la percentuale maggiore di ragazzi orientati al viaggio organizzato si concentra nelle regioni del centro nord: al primo posto la Lombardia (20,5%) seguita da Toscana ed Emilia Romagna, alle quali corrisponde rispettivamente il 12,8 % e l'11,7%.
Queste ultime due detengono il primato anche rispetto alla penetrazione del numero di ragazzi d'età compresa tra i 15 e i 29 anni residenti sul territorio. Il mezzo più utilizzato per cercare informazioni e prendere la decisione d'acquisto relativa al viaggio risulta essere Facebook (più del 60%), dove ha luogo un vero e proprio passaparola 2.0 basato su relazioni che si vengono ad instaurare online tra i vari consumatori attraverso l'utilizzo di blog, social network, siti di video-sharing e instant messenger. "Oggi" dichiara **Betty Pagnin**, Head of Travel & Event di SGTour " è necessario conoscere a fondo le dinamiche dei social network. Solo così si può comprendere come interagire con essi e con le comunità connesse, come aprirsi a una relazione e quindi come guadagnarsi la fiducia".