Ostelli online: le prenotazioni dall'estero crescono del 17,5% trainate dai Millennials

In Italia è un buon momento per gli **ostelli** che hanno scelto il mercato online per ampliare il proprio bacino d'utenza: nel 2015 la crescita su base annua delle prenotazioni dall'estero si è infatti attesstata su una media del 17,5%, secondo i dati di una ricerca di **Phocuswright** commissionata da **Hostelworld**

L'industria degli ostelli ha ottenuto una robusta crescita, principalmente grazie ai viaggiatori **Millennials** (18-35 anni) i quali rappresentano circa il 70% della clientela degli ostelli e spendono maggiormente in viaggi lunghi, con l'obiettivo di scoprire i diversi angoli del mondo. Questo trend ha rivoluzionato il settore alberghiero e l'industria viaggi nel suo complesso.

L'ostello stesso sta andando incontro a un processo di trasformazione che lo pone in concorrenza con il settore alberghiero mondiale. Camere private e ostelli sempre più curati stanno diventando uno standard in questo settore, tanto che 9 ostelli su 10 hanno camere private, a dispetto dell'immaginario collettivo che vede gli ostelli offrire solo camerate. A livello globale le aree con crescita maggiore per numero di prenotazioni da parte dei Millenials sono il Sud Est Asiatico (13%), seguito da Medio Oriente (11%), Europa dell'Est (11%) e Nord Asia guidato dalla Cina (10%).

Secondo Phocuswright il viaggiatore Millenial pur disponendo di reddito e possibilità economiche minori rispetto al viaggatore medio, tende a spendere in maniera abbastanza simile in valore assoluto. Uno su quattro prenota usando lo smartphone, mentre il 93% dichiara di usarlo per pianificare il viaggio. Turisti, quindi, sempre più digital, tanto che gli stessi ostelli si sono adeguati ai bisogni crescenti dei Millennial e offrono servizi come WiFi, cibo e bevande, pulizia di camere giornaliera, eventi, affitto biciclette, librerie e centri media, al pari di un albergo.

L'industria degli ostelli oggi genera un **giro d'affari annuo di 5,2 miliardi di dollari** con una stima di crescita tra il 7 e l'8% annua. Chi soggiorna in ostello reputa prezzo basso (44%), centralità dell'alloggio (44%), combinazione costo-qualità (43%) e opportunità d'incontro con altri viaggiatori (31%) le ragioni primarie nella scelta.

I canali online di prenotazione sono responsabili per 2/3 dell'intero fatturato del 2014 nel mondo delle prenotazioni di alloggi in ostelli. Gran parte delle prenotazioni (il 70%) è generata da OTA (Online Travel Agency) mentre il rimanente arriva direttamente dai siti ufficiali delle strutture.