La situazione è grave: un viaggiatore su 4 pensa di poter diventare un influencer

Nonostante, secondo le ultime ricerche presentate al WTM, risulti che solo il 3% dei viaggiatori consideri gli influencer di viaggi determinanti nella scelta di una vacanza sono sempre di più coloro che vogliono diventarlo: **Booking.com** ha effettuato una ricerca sulla base delle indicazioni provenienti da 21.500 viaggiatori da 29 Paesi per stabilire quanto i social media possano influenzare l'organizzazione di un viaggio.

Ebbene, se per la maggior parte delle persone, la condivisione social della propria vacanza si limita a far sapere che si è fatto il check-in, a un selfie sulla spiaggia e all'album di foto del viaggio, per tante altre, invece, la condivisione non si ferma qui e, anzi, punterebbe a sfociare in una carriera da influencer.

In particolare:

- Un quarto (il 25%) dei viaggiatori di tutto il mondo ammette di avere l'ambizione di utilizzare i propri viaggi per lanciare una carriera nei social.
- Il 28% dei viaggiatori intravede nei propri viaggi un'opportunità potenziale di guadagno come influencer o travel blogger, in alternativa a un tradizionale lavoro full-time.

Il 2019 vedrà una maggiore attenzione sulla presentazione di materiale relativo ai viaggi che sia genuino e onesto. I canali social più popolari si concentreranno sulla creazione di contenuti pratici e utilizzabili, allontanandosi da immagini irraggiungibili o troppo costruite. Mentre i viaggiatori vogliono vedere contenuti che possono essere percepiti come reali, la ricerca di Booking.com rivela che molti utenti si sentono sotto pressione quando devono postare contenuti propri:

- Il 12% utilizza foto più vecchie e più riuscite di precedenti vacanze per documentare quelle che in realtà sta vivendo.
- L'11% posta foto di una struttura diversa rispetto a quella in cui sta soggiornando.
- Il 7% finge di essere ancora in vacanza quando in realtà è già rientrato a casa.

La ricerca ha anche scoperto che oltre un quarto dei viaggiatori (il 28%) ammette di scegliere una struttura per le proprie vacanze anche in base a come questa possa apparire nelle foto sui social media.

Inoltre quasi 1 su 5 (il 17%) dà un’occhiata alle foto delle vacanze dei vip per trovare strutture simili per le proprie vacanze, tanto che quasi 1 su 10 (il 9%) arriva addirittura a mettersi in posa come il proprio instagrammer preferito.