Viaggiatori dipendenti dai social: il 32% preferisce soggiornare in una struttura se è "Instagrammabile"

Scattare fotografie e condividerle sui social è ormai un’azione così naturale che soprattutto in vacanza è forte la tentazione di pubblicare immagini e condividere il momento.

Booking.com ha condotto una ricerca su quasi 19.000 viaggiatori provenienti da tutto il mondo e ha scoperto come i social media siano un pensiero fisso, ovunque ci troviamo. Un terzo dei viaggiatori (il 32%) ha confermato di divertirsi di più se l’alloggio è perfetto per qualche post su Instagram (raggiungendo picchi del 63% per i viaggiatori indiani e del 59% per cinesi e brasiliani). Gli italiani sotto la media: si attestano al 21% sul tema.

Il 18% dei viaggiatori inoltre ha ammesso di aver cercato di spacciare per casa propria la struttura fotografata durante il soggiorno. Per quel che riguarda l’Italia, lo ha fatto il 14% dei nostri connazionali.

A caccia dell’immagine perfetta

Scattare la foto giusta dell’alloggio è per alcuni di importanza vitale: quando si parla di immagini postate sui social media, la maggior parte dei viaggiatori conferma di preferire inquadrature dell’esterno e della vista (per il 54%), seguiti dal salotto (per il 47%), dalla camera da letto (per il 38%) e dalla cucina (23%).

Ma cosa ispira gli utenti a prenotare proprio quella struttura? Prima di scegliere, i viaggiatori indicano come sia fondamentale poter vedere la camera da letto (secondo il 67% degli intervistati), il bagno (43%) e il salotto (35%) e scorrere tra immagini di alta qualità della struttura (online o stampate su brochure) influenza il 40% di chi deve ancora scegliere l’alloggio per la loro vacanza.

Un’immagine può davvero valere più di mille parole: il 56% dei viaggiatori intervistati ha dichiarato di aver soggiornato in alloggi che sembravano più belli in fotografia, mentre il 41% è stato piacevolmente sorpreso e ha scoperto che in realtà le immagini per presentare la struttura non le rendevano proprio giustizia.