Edge-Generation: come viaggiano i millennials cinesi tra mode e superstizioni

Una recente indagine effettuata da **Hotels.com** ha rivelato che i millennials cinesi si stanno sempre più appassionando ai viaggi internazionali. Si osserva un sorprendente aumento dell'80% delle spese rispetto allo scorso anno per finanziare i loro viaggi, fare esperienze, soggiornare in alloggi altamente tecnologici, gustare prelibatezze esotiche e fare shopping.

La passione per la cultura pop, i film e la televisione (62%), sono le principali fonti di ispirazione per i viaggiatori millennials cinesi, tanto da spingerli a varcare i confini asiatici verso lidi più esotici nel mondo alla ricerca di esperienze da brivido, divertimento senza tabù e feste.

Nel 2017 i post sui social e selfie si sono rivelati elementi fondamentali nei viaggi dei millennials cinesi: il 63% usa la telecamera interna per ottenere like e rafforzare la propria immagine social, mentre il 15% dei millennials cinesi afferma sia indispensabile valorizzare tutto ciò che potrebbe migliorare la loro presenza social.

L'indagine condotta rivela comunque che nessuna generazione è totalmente immune dall'innegabile attrazione dei social network. Il 52% dei viaggiatori totali cinesi è attratto dal potere della condivisione delle notizie, e un terzo della generazione più adulta afferma che le loro decisioni e i loro comportamenti in materia di viaggi sono influenzati dai loro figli digitali nativi o più digitalmente connessi.

Al primo posto il divertimento, poi le emozioni forti e anche la cura dell'anima - Pronti a liberarsi da ogni freno e inibizione, più di un terzo dei viaggiatori cinesi è attratto dalle accondiscendenti atmosfere delle più famose mete del divertimento come Macao, Bangkok, Amsterdam e Las Vegas. Nel frattempo, i millennial più esperti in quanto a festival internazionali, hanno dato vita ad una nuova ondata di viaggi caratterizzati da prezzi inferiori e con una pianificazione più rapida rispetto agli anni passati. Coroncine di fiori e brillantini sono già in valigia! #glitter

I nuovi viaggiatori millennials cinesi amano tutto ciò che è spaventoso e inquietante. Quasi la metà di loro afferma di voler visitare la Porta dell'Inferno in Turkmenistan e più di un terzo vorrebbe esplorare le catacombe di Parigi.

Nonostante la passione per il macabro, le maggiori ansie da viaggio per i millennials cinesi provengono da antiche superstizioni, sorprendentemente più importanti per i giovani che per gli adulti.

Il 40% dei millennials non vuole uno specchio di fronte al proprio letto, rispetto al 35% della generazione precedenti. Non amano neanche pernottare alla fine del corridoio (41% vs. 35%) e sono meno propensi a alloggiare al 4° o 5° piano (20% vs. 12%).
Soggiornare in una struttura a-tipica è importante per più della metà dei viaggiatori che, piuttosto che scegliere alberghi ultra-stellati, optano sempre più per alberghi indipendenti, fuori dagli schemi e caratterizzati da gusto e foggia locali (55%). Il 33% sceglie hotel boutique, il 23 % hotel eco-friendly e il 21% hotel super tecnologici. Inoltre, inclini a immergersi in esperienze autentiche, i viaggiatori cinesi non si tirano indietro quando si tratta di spendere per soddisfare le proprie voglie come assaggiare esotiche leccornie locali (69%), esplorare le strade delle città alla ricerca di oggetti autentici del luogo (43%) o fare shopping di lusso (38%).
I millennials cinesi sembrano prendere il digitale molto sul serio. Connettività ed efficienza sono la chiave per chi è sempre in viaggio. Spazi di co-working (39%), tecnologia a commando vocale (38%), prenotazioni di realtà virtuali (38%), servizio clienti robotizzato (32%), accesso alle stanze tramite telefonino (31%) e postazioni social media live (26%), sono tutti servizi extra che desidererebbero trovare nelle strutture ricettive.
E i viaggiatori cinesi in Italia? - L'Italia è tra le prime 5 mete europee più popolari tra i viaggiatori cinesi, mentre a livello mondiale si colloca al 14° posto guadagnando una posizione rispetto al 2017. Diversamente da quanto accade in altre nazioni europee come Regno Unito o Francia, i turisti cinesi una volta in Italia non visitano solo la capitale Roma (63%), ma fanno tappa anche e soprattutto a Milano (64%), Firenze (43%) e Venezia (34%). 8 viaggiatori cinesi su 10 vengono nel nostro Paese soprattutto per turismo privato (83%), mentre il 16% raggiunge l'Italia per affari. I Millennial cinesi vengono anche per visitare parenti e amici, 8% contro 2% dei non-millennial, mentre il 7% visita l'Italia in occasione di eventi sportivi e un 5% per sottoporsi a cure mediche.
Circa metà dei millennial cinesi (48%) sono mossi da interesse verso la cucina italiana e postano sui social e fanno selfie con pietanze e cibi italiani che non si trovano facilmente tra i confini della Repubblica Popolare Cinese. L'Italia si colloca al 3° posto in Europa e 11° nel mondo per Paese più postato sui social dai viaggiatori cinesi.
Queste le top 10 destinazioni visitate dai viaggiatori cinesi negli ultimi 12 mesi:





