Informacja prasowa

Warszawa, 2 stycznia 2020 r.

**Pokolenie Z: uczy się, studiuje, wchodzi na rynek pracy.
A jak lubi odpoczywać?**

**Najstarsi przedstawiciele pokolenia Z skończą w tym roku 25 lat.** **Nazywani są również generacją C od angielskiego słowa *connected,* odnoszącego się do ich przyzwyczajeń – ciągłego dostępu do informacji, „podłączenia” do mediów i budowania relacji on-line. Przemiany demograficzne, w tym pokoleniowe wpływają na wiele aspektów gospodarki, także na branżę turystyczną. Każde pokolenie jest wewnętrznie zróżnicowane pod względem stylu życia i innych wartości wpływających na zachowania i potrzeby. Spełnienie oczekiwań pokolenia Z to bardzo duże wyzwanie – mówią organizatorzy turystyki.**

**Jakie są „Zetki”?**

Według raportów z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi i marketingu, pokolenie Z charakteryzuje pewna grupa cech. Dominują sformułowania, że „Zetki” są generacją ludzi wiecznie „podłączonych”. Właściwie od dnia urodzenia, żyją w zgodzie z nową technologią i stanowi ona dla nich naturalne środowisko. Członkowie tego pokolenia mają wysoką samoocenę i chcą zmieniać świat. Są zorientowani na dialog i rozwiązywanie konfliktów. Mają również radykalne podejście do dyskryminacji, a ich styl konsumpcji jest sposobem wyrażania indywidualnej tożsamości. Generacja Z chce poznawać nowych ludzi i budować z nimi relacje, przy czym informacjami najczęściej dzieli się przez media społecznościowe i komunikatory.

**A co z odpoczynkiem i czasem wolnym?**

Pokolenie Z ceni niezależność i poszukuje prawdy w każdej sferze życia*.* „**Zetki” chętnie podróżują** wykazując tendencje podobne do Millenialsów – **mniejszą rolę odgrywają dla nich dobra materialne, a bardziej skupiają się na gromadzeniu doświadczeń i doznań**. Znają języki, więc poznawanie nowych kultur i społeczności, nie stanowi dla nich problemu. *Dlatego bardzo ważne jest, aby każdy wyjazd, poza uszytym programem pod konkretne potrzeby tej grupy, oferował ciekawą historię i interesujące wyzwania, które zwrócą ich uwagę. Generacja Z chce odkrywać świat i widzieć w swoich wyjazdach głębszy cel –* mówi Mirosław Sikorski, prezes zarządu Almatur.

**Rola mediów społecznościowych**

Pokolenie Z to pierwsza generacja, która z powodzeniem łączy równoległe funkcjonowanie w dwóch światach – rzeczywistym i wirtualnym. Można to zaobserwować w sposobie wyrażania myśli, poszukiwaniu rozwiązań i tworzeniu przez nich treści. Turystyka, z natury rzeczy ukierunkowana na emocje i doświadczenia stanowi rodzaj aktywności, który bardzo dobrze czuje się w wirtualnym środowisku. *Pokolenie Z uwielbia dzielić się wrażeniami z podróży w serwisach społecznościowych, chętnie porównuje swoje dokonania, kolekcjonuje doznania i chwile, szuka inspiracji. Młodzi ludzi z każdego wyjazdu przywożą bogaty materiał fotograficzny i filmowy, który następnie przetwarzany jest na teledyski, udostępniany na Youtubie i wysyłany znajomym. Stanowi to ogromne źródło wiedzy i inspiracji dla innych, dlatego bardzo ważne jest, aby firmy oferujące usługi, również te turystyczne, zaprzyjaźniły się z tym potężnym kanałem komunikacji –* dodaje Mirosław Sikorski.

**Więcej o firmie Almatur:**

**Almatur** to najdłużej działające Biuro Podróży w Polsce, które już od 1956 roku buduje swoją pozycję w branży turystycznej. Przez ten czas, turyści mieli okazję przejechać razem z biurem świat wzdłuż i wszerz, począwszy
od Polski, poprzez kraje ościenne aż po antypody. Od wielu lat Almatur jest niekwestionowanym liderem w branży w organizacji obozów młodzieżowych.

Swoją przygodę z turystyką Almatur rozpoczął jako biuro wyspecjalizowane w organizacji wycieczek dla środowiska akademickiego. Dziś oferuje swoim Klientom wiele propozycji wyjazdów w najpiękniejsze zakątki świata. Firma stale się rozwija i co roku wysyła ponad 30 000 osób na wyjazdy zarówno w kraju, jak i za granicą.

Almatur posiada 18 własnych biur sprzedaży w największych miastach akademickich oraz współpracuje z siecią blisko 1000 agentów na terenie całego kraju. Firma należy do największych organizacji międzynarodowych działających w branży turystycznej: [World Youth Student & Educational Travel Confederation](http://www.wysetc.org/), ISIC Association, jest także członkiem Polskiej Izby Turystyki oraz agentem IATA. Więcej informacji znajduje się
na stronie: www.almatur.pl

**Kontakt dla mediów:**

Dagmara Mazurek
38PR & Content Communication
dagmara.mazurek@38pr.pl
tel. +48 798 291 709