

2026 HOLIDAY BAROMETER

LE TENSIONI INTERNAZIONALI NON FRENANO LA VOGLIA DI VIAGGIARE



LA VOGLIA DI VIAGGIARE DEGLI ITALIANI RESTA ALTA, MA AUMENTA L'ATTENZIONE ALLA SICUREZZA. CRESCe L'USO DELL'AI PER PIANIFICARE LE VACANZE

01



Italiani viaggiatori, primi in Europa

9 su 10
partono almeno una volta all'anno
Tra i cittadini europei sono quelli che viaggiano più spesso

81% (+8 pts vs 2022)
è entusiasta di viaggiare

83% ha in programma almeno una vacanza estiva (vs 77% della media europea) (+30% vs 2016)

41% ne farà più di una

17% non partirà, di questi :
il **66%** (+14% vs 2025) per motivi economici
il **6%** (+4%) perchè teme per la sicurezza dei luoghi di destinazione

53% (-9% vs 2025) andrà all'estero

Tra le top destination si confermano:

- Spagna 15%
- Francia 8%
- Grecia 7%

70% resterà in Italia

Il Belpaese si conferma nella top 3 delle destinazioni per tutti i Paesi europei e il Nord America

02



L'attenzione alla sicurezza influenza le scelte di viaggio

Gli italiani sono tra i più preoccupati in Europa quando viaggiano

I principali timori:

- 62%** maltempo in vacanza
- 61%** furti o problemi di salute durante il viaggio
- 60%** qualità delle strutture sanitarie nella località di destinazione
- 55%** necessità di annullare il viaggio

Fattori che giocano un ruolo essenziale nella scelta della destinazione

56% i conflitti armati

44% l'instabilità politica

03



L' IA cambia il modo di viaggiare

UN UTILIZZO IN RAPIDA ASCESA

26 Italiani su 100 (+6% vs 2025)

l'hanno già utilizzata per pianificare la vacanza: ottenere informazioni sulla destinazione, chiedere suggerimenti sull'itinerario e cercare le attrazioni da visitare

Oltre il **40%** (vs 34% media europea)

è disposto in futuro ad affidarsi all'IA per pianificare e prenotare un viaggio senza consultare ulteriori fonti

ASSICURAZIONE VIAGGIO: UNA SCELTA NON ANCORA CONSOLIDATA

38% assicura abitualmente il proprio viaggio

40% (+12% vs 2025) è disposto a valutare l'acquisto di una polizza per il prossimo viaggio

Le principali barriere all'acquisto :

- 32%** perchè non viaggia in destinazioni lontane
- 29%** per i costi ritenuti troppo elevati o perchè non viaggia abbastanza spesso

37% non la usa perchè preferisce l'interazione umana

28% perchè non ha familiarità con questa tecnologia

24% per mancanza di fiducia nell'accuratezza e correttezza delle informazioni fornite