

Estate 2026: gli italiani riscoprono l'Italia, prenotano prima e guardano con interesse all'Intelligenza Artificiale



Dove andranno in vacanza gli italiani nell'**estate 2026**? Quanto peseranno il **caro-voli**, il **caro-benzina** e le **tensioni internazionali**? L'**Intelligenza Artificiale** è già entrata nelle abitudini di viaggio? E gli italiani continuano a preferire le **grandi piattaforme** di prenotazione oppure stanno tornando a **prenotare direttamente** con le strutture?

Per rispondere a queste domande abbiamo realizzato un **sondaggio**, nella prima settimana di giugno, che ha raccolto **2.372 risposte da viaggiatori italiani**. Il **campione** è composto prevalentemente da viaggiatori abituali che hanno già effettuato almeno una prenotazione online; utenti della nostra community, quindi già orientati verso una **prenotazione consapevole** e attenta al rapporto qualità-prezzo.

I dati vanno letti in quest'ottica: non come fotografia della domanda turistica di massa, ma come **segnale di tendenza** espresso da una fascia di viaggiatori particolarmente informata e attiva.

Pur non trattandosi di un'indagine demoscopica certificata, il **numero elevato di partecipanti** consente di individuare con buona affidabilità alcune direzioni che sembrano caratterizzare le scelte per la prossima estate.

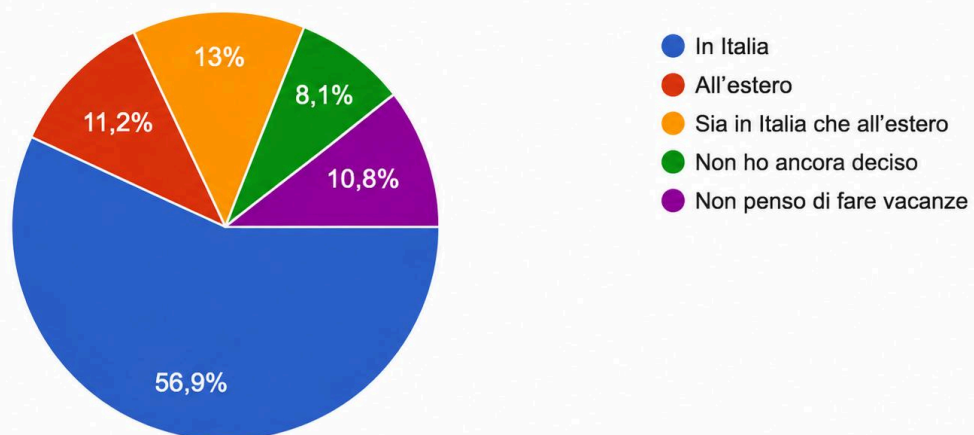
Il **marginale di errore** campionario è pari a **±2%** con un livello di confidenza del **95%**, calcolato su 2.372 rispondenti estratti da una base di oltre **1,7 milioni** di utenti registrati. I

risultati sono rappresentativi della community di Bed-and-Breakfast.it e vanno letti come segnale di tendenza espresso da una fascia di viaggiatori particolarmente informata e attiva.

- *Il 57% trascorrerà la vacanza principale in Italia.*
- *Oltre quattro italiani su dieci guardano all'Italia più dell'anno scorso.*
- *Il 95,4% prenoterebbe direttamente con la struttura a parità di garanzie.*
- *Il caro-voli pesa molto più del caro-benzina.*
- *L'IA è già entrata nelle abitudini di viaggio, soprattutto tra gli under 45.*
- *Gli italiani non rinunciano alle vacanze, ma adattano budget e destinazione.*

Il **primo dato** che emerge con chiarezza è il **forte interesse verso l'Italia**. Il **57%** degli intervistati prevede di trascorrere la vacanza principale nel nostro Paese, mentre un ulteriore **13%** dichiara di programmare vacanze sia in Italia che all'estero. Solo l'**11,2%** indica l'estero come destinazione principale.

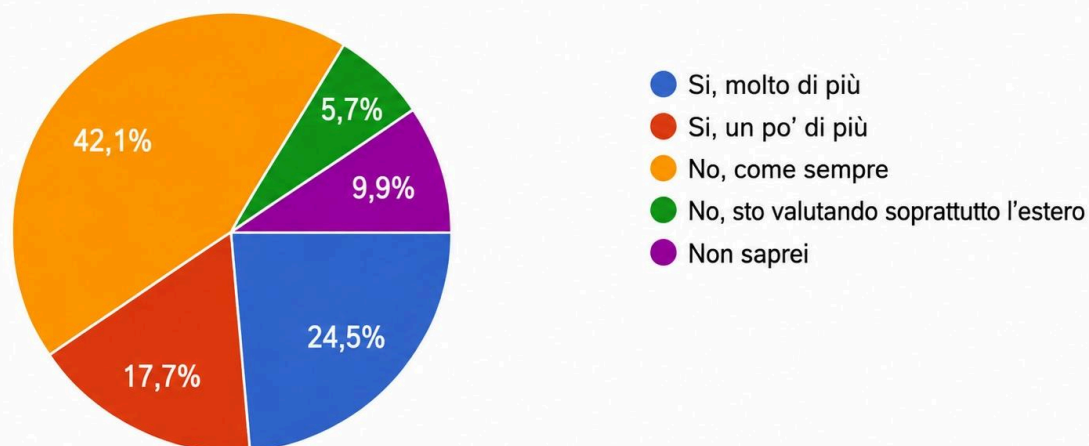
Dove pensi di trascorrere la tua vacanza principale dell'estate 2026?



Anche confrontando le intenzioni di viaggio con gli anni precedenti emerge una tendenza significativa: **oltre quattro italiani su dieci dichiarano di valutare l'Italia più seriamente rispetto al passato** (24,5% + 17,7%), mentre soltanto una piccola minoranza afferma di orientarsi maggiormente verso l'estero. Un segnale che potrebbe favorire il **turismo domestico** e le **destinazioni di prossimità**.

Se questa **tendenza** dovesse confermarsi nei prossimi mesi, l'**estate 2026** potrebbe rappresentare un'importante **opportunità** per le **destinazioni italiane**, comprese quelle meno note e lontane dai tradizionali circuiti del turismo di massa.

Rispetto agli anni scorsi, stai valutando più seriamente una vacanza in Italia?

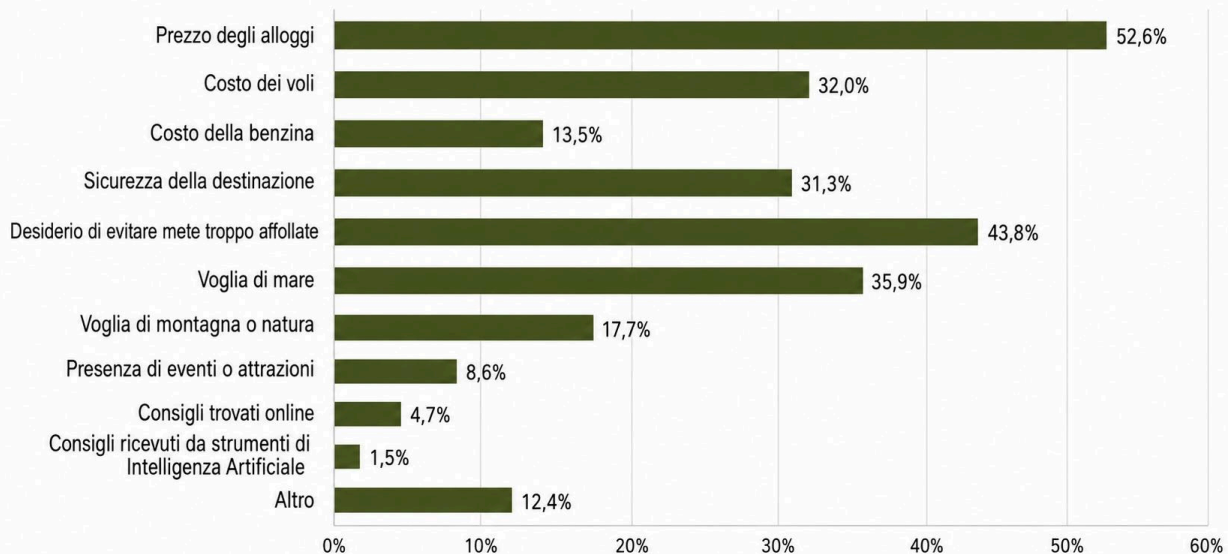


Tra i fattori che influenzeranno la scelta della destinazione spicca innanzitutto il **prezzo degli alloggi**, indicato dal **52,6%** dei partecipanti. Subito dopo compare un dato particolarmente interessante: il **43,8%** dichiara di voler **evitare mete troppo affollate**. È un segnale che conferma come il fenomeno dell'**overtourism** stia influenzando sempre di più le scelte dei viaggiatori, spingendoli verso località meno congestionate e più autentiche.

Anche la **sicurezza della destinazione** e il **costo dei voli** si collocano tra gli elementi più rilevanti, entrambi attorno al **31/32%**.

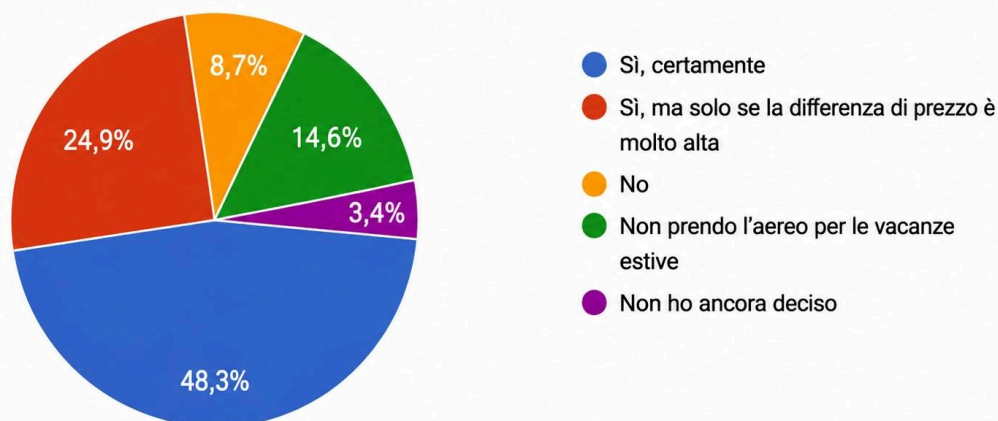
Al contrario, il **costo della benzina appare meno determinante**, venendo indicato soltanto dal **13,5%** degli intervistati tra i principali fattori di scelta.

Quali fattori influenzeranno di più la tua scelta della destinazione? massimo 3 risposte



Approfondendo ulteriormente il tema dei trasporti emerge un dato ancora più evidente: quasi **tre italiani su quattro** affermano che il **costo dei voli** potrebbe influenzare la scelta della destinazione o addirittura far **rinunciare a una meta lontana**. Il caro-voli sembra dunque rappresentare **una delle principali variabili** in grado di modificare i **flussi turistici** del 2026.

Il costo dei voli potrebbe farti rinunciare a una meta lontana o estera?

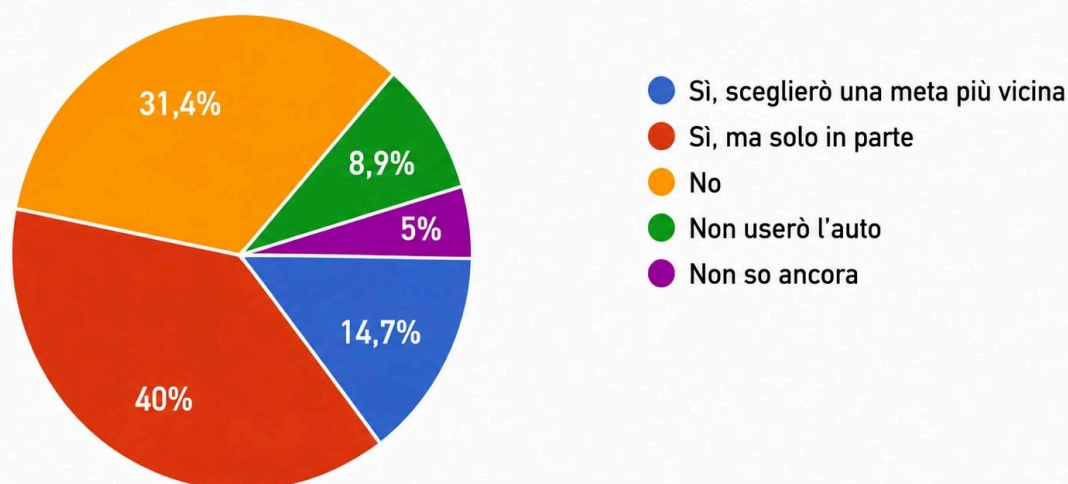


Se il costo dei voli emerge come uno dei principali fattori in grado di modificare le scelte di viaggio degli italiani, lo stesso non si può dire per il **carburante**. Solo il **14,7%** degli intervistati indica infatti il **costo della benzina** tra i fattori che influenzeranno maggiormente la scelta della destinazione.

Approfondendo il dato, emerge che appena il **14,7%** sceglierebbe una **meta più vicina** a causa dell'aumento dei carburanti, mentre il **40%** ritiene che il prezzo della benzina possa incidere **soltanto in parte** e il **31,4%** afferma che **non influenzerà affatto le proprie decisioni**.

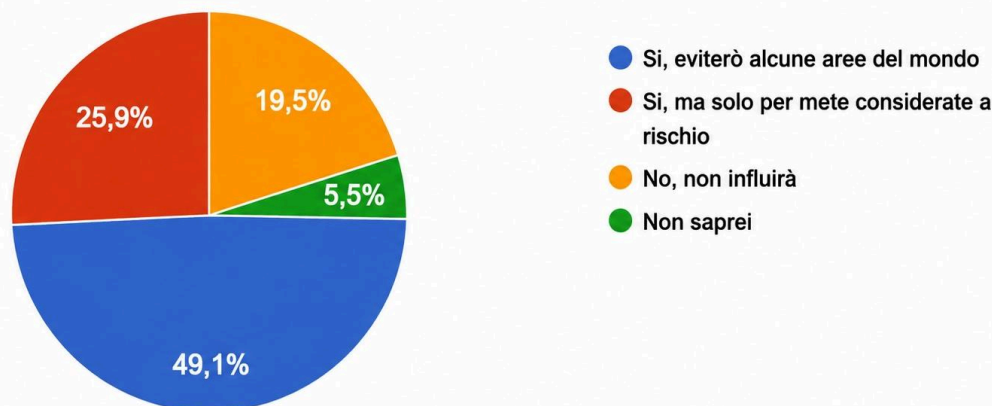
In altre parole, **gli italiani sembrano molto più sensibili al costo del trasporto aereo che a quello dell'automobile**, probabilmente perché il carburante rappresenta una componente relativamente contenuta del budget complessivo di una vacanza, soprattutto per chi viaggia in famiglia o divide le spese del viaggio.

Il costo della benzina potrebbe influenzare la scelta della destinazione?



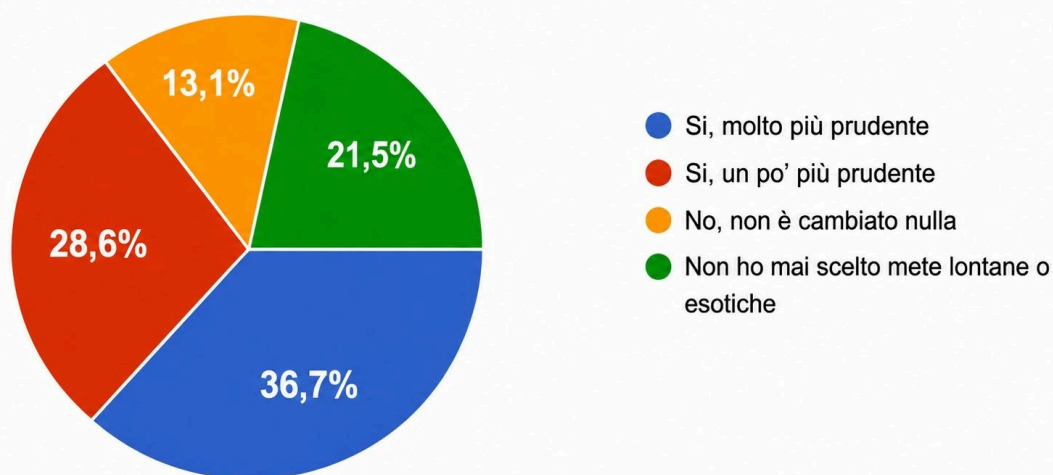
Le **tensioni geopolitiche** e la **situazione internazionale** continuano inoltre a influenzare una parte significativa dei viaggiatori. Circa il **75%** degli intervistati dichiara che guerre e instabilità internazionali avranno un impatto, almeno in parte, sulle proprie decisioni di viaggio.

La situazione internazionale, comprese guerre e tensioni geopolitiche, influenzerà le tue scelte di viaggio?



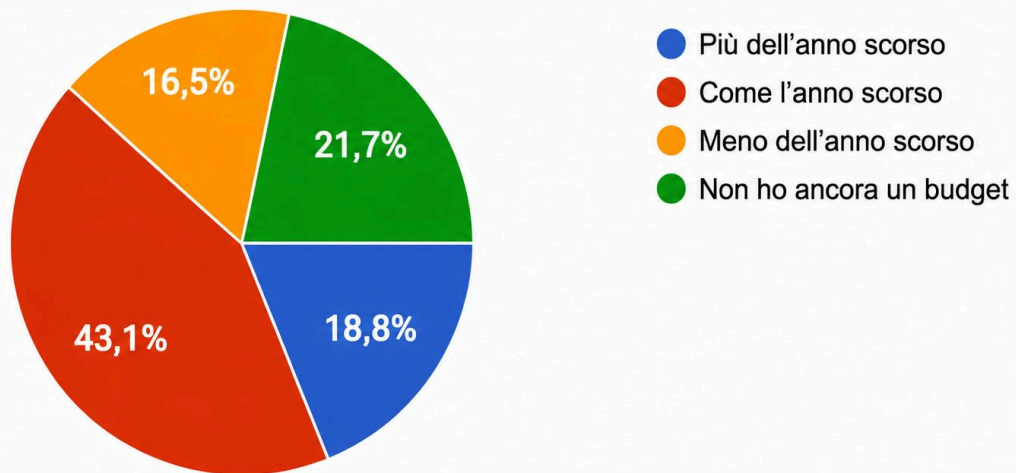
Quasi **due persone su tre** affermano inoltre di sentirsi oggi più prudenti nella scelta di destinazioni lontane o considerate esotiche rispetto al passato.

Ti senti oggi più prudente nel prenotare viaggi verso mete lontane o esotiche?



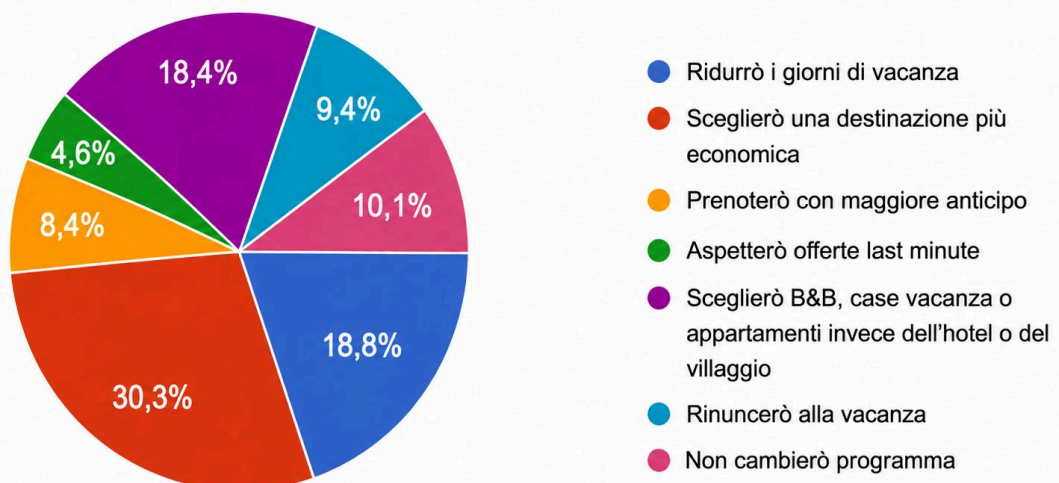
Sul fronte della **spesa turistica** emerge un quadro di sostanziale **stabilità**. Il **43,1%** prevede di spendere quanto l'anno precedente, mentre il **18,8%** pensa di aumentare il budget e il **16,5%** di ridurlo. Una quota rilevante, pari al **21,7%**, non ha ancora definito un budget preciso.

Per l'estate 2026 pensi di spendere:



In caso di **aumenti dei prezzi**, la soluzione più frequente non sarebbe rinunciare alla vacanza, bensì **scegliere una destinazione più economica** o **ridurre la durata del soggiorno**. Meno del 10% rinuncerà alla vacanza.

Se i prezzi saranno troppo alti, cosa farai più probabilmente?



Uno degli **aspetti più interessanti** del sondaggio riguarda **l'Intelligenza Artificiale**.

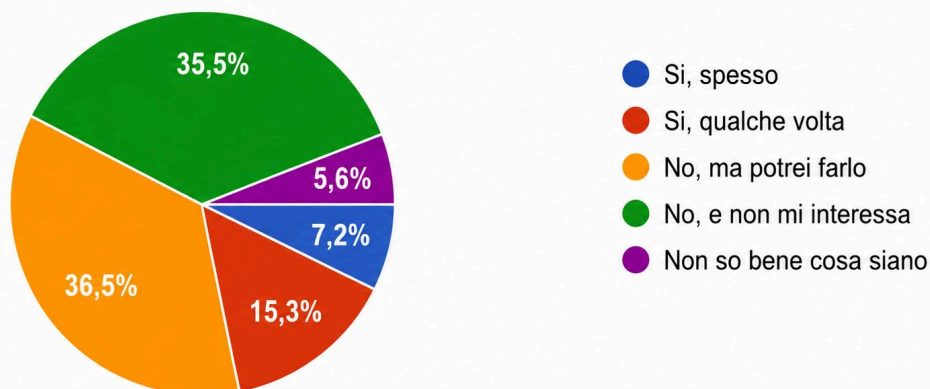
Sebbene una parte consistente dei partecipanti non la utilizzi ancora per organizzare le proprie vacanze, emerge chiaramente che questo strumento sta entrando nelle abitudini di una quota crescente di viaggiatori.

L'utilizzo dell'IA mostra inoltre una **forte differenza generazionale**. Tra gli **under 45** l'adozione è circa **doppia** rispetto agli **over 45**. Si tratta di una delle differenze generazionali più marcate emerse dall'intero sondaggio e suggerisce come l'Intelligenza Artificiale sia destinata a influenzare sempre più profondamente il processo di scelta delle destinazioni e la pianificazione dei viaggi nei prossimi anni.

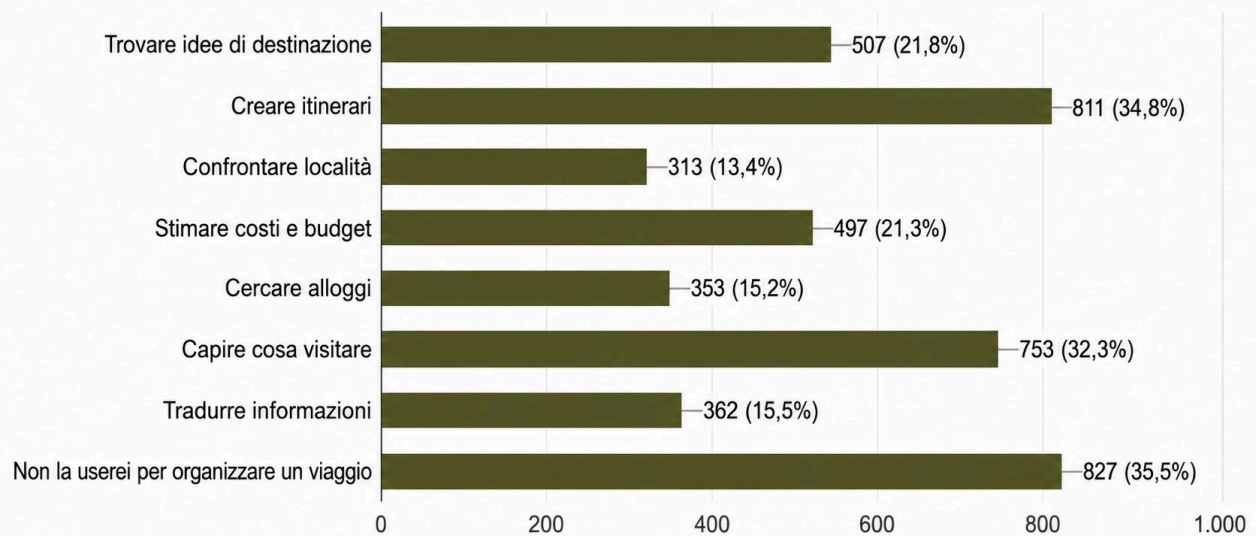
Gli utenti che già utilizzano strumenti come *ChatGPT*, *Gemini* o *Claude* li impiegano soprattutto per creare **itinerari personalizzati**, capire **cosa visitare**, trovare **idee per nuove destinazioni** e stimare costi e budget.

L'IA appare quindi sempre meno come una curiosità tecnologica e sempre più come un vero **assistente di viaggio**.

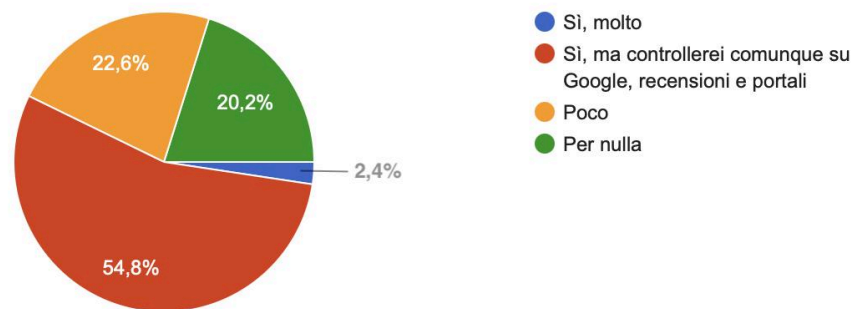
Hai già usato strumenti di Intelligenza Artificiale come ChatGPT, Gemini (Google) o Claude per organizzare una vacanza?



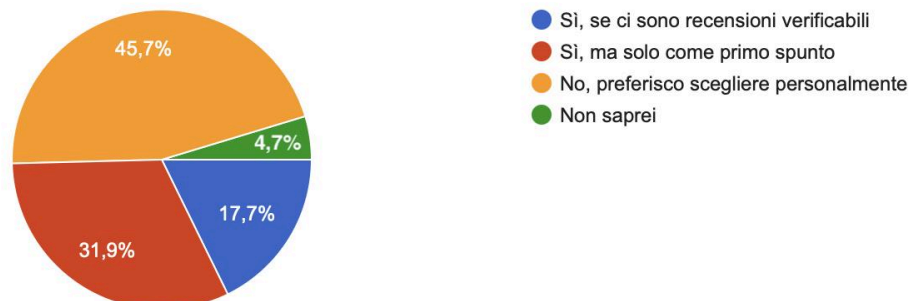
Per cosa useresti o hai usato l'Intelligenza Artificiale in ambito viaggi? massimo 3 risposte



Ti fideresti di un consiglio dato dall'Intelligenza Artificiale per scegliere una destinazione?



Ti fideresti di un consiglio dato dall'Intelligenza Artificiale per scegliere una struttura dove dormire?



Un altro risultato particolarmente interessante riguarda la **disintermediazione**.

Quando viene chiesto dove preferirebbero prenotare oggi, la maggioranza assoluta degli intervistati indica il **sito diretto della struttura**.

Si tratta di un **segnale importante** che conferma una crescente consapevolezza dei viaggiatori rispetto al peso delle commissioni applicate dalle grandi OTA internazionali. Molti viaggiatori utilizzano infatti i portali come strumenti di ricerca e confronto, ma successivamente cercano il sito ufficiale della struttura per verificare la presenza di condizioni più vantaggiose. È il cosiddetto "**effetto Billboard**": la visibilità generata dalle OTA porta il cliente a conoscere la struttura, ma la prenotazione viene poi finalizzata direttamente.

Le **commissioni** richieste dai principali portali possono incidere tra il 20% e il 25% sul prezzo finale della prenotazione. Per questo motivo molti viaggiatori si aspettano di trovare sul sito ufficiale offerte più convenienti o vantaggi esclusivi.

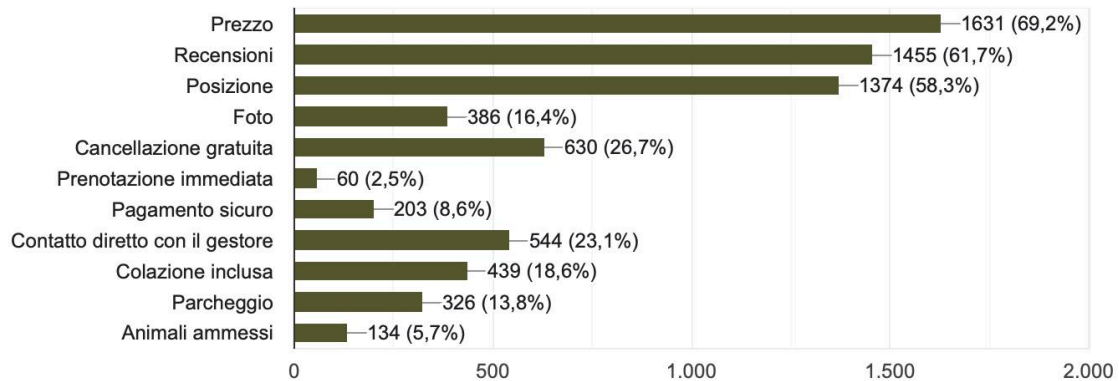
Tuttavia, per intercettare questa domanda crescente, le strutture devono offrire un'esperienza di prenotazione **professionale** e **competitiva**. Se una OTA propone cancellazione gratuita, pagamento sicuro e conferma immediata, gli stessi standard dovrebbero essere presenti anche sul sito diretto.

Non a caso, il **95,4%** degli intervistati dichiara che prenoterebbe direttamente con la struttura se potesse beneficiare di un risparmio economico mantenendo però le stesse garanzie offerte dalle OTA in termini di pagamento sicuro e assistenza.

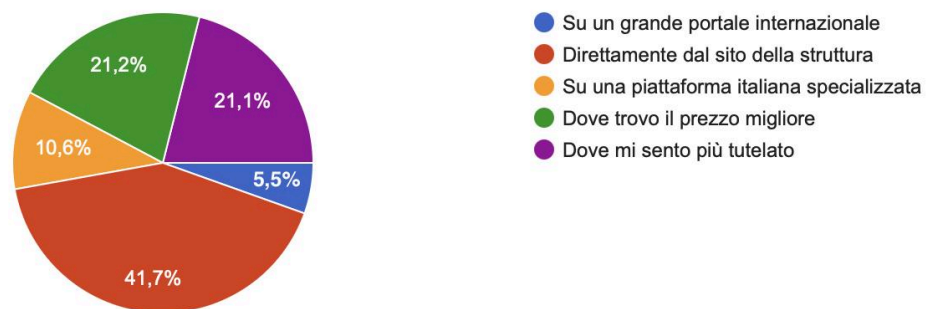
Un risultato che conferma come il valore percepito delle **grandi piattaforme** risieda sempre meno nell'intermediazione e sempre più nelle **tutele offerte** durante il processo di prenotazione.

Per le strutture ricettive si tratta di un'**indicazione molto chiara**: investire in un sistema di prenotazione diretto efficiente, trasparente e sicuro non significa soltanto aumentare i margini, ma anche rispondere a una precisa richiesta del mercato. I viaggiatori sono infatti sempre più propensi a prenotare direttamente, purché possano contare sulla stessa **semplicità, affidabilità e flessibilità** che trovano sulle grandi piattaforme internazionali.

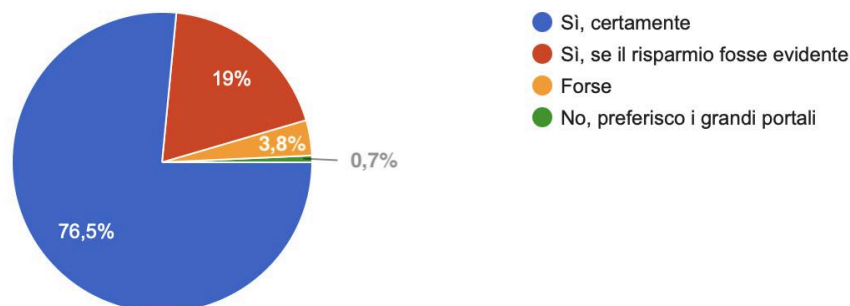
Quando scegli un alloggio, cosa conta di più? massimo 3 risposte



Oggi preferiresti prenotare:



Se potessi risparmiare prenotando direttamente con la struttura, ma con pagamento sicuro e assistenza in caso di problemi, lo faresti?



Per quanto riguarda le **modalità di viaggio**, le vacanze degli italiani continuano a essere soprattutto un'**esperienza di coppia**. Oltre la metà degli intervistati (**52,4%**) prevede infatti di viaggiare con il proprio partner.

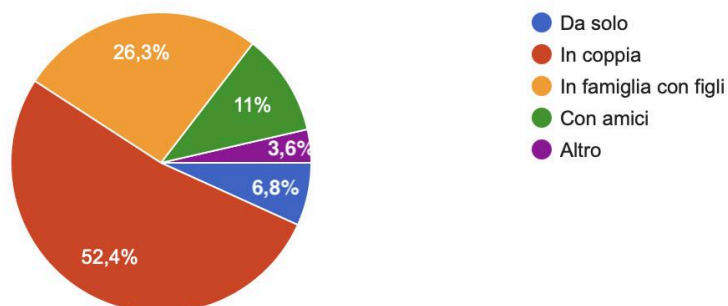
Le **famiglie con figli** rappresentano il secondo segmento più importante con il **26,3%**, mentre il **turismo tra amici** si ferma all'**11%**.

Più contenuta la quota di chi prevede di partire da solo.

Il dato conferma come il mercato leisure italiano sia ancora fortemente orientato verso **coppie e famiglie**, che insieme rappresentano quasi l'**80% della domanda**.

Una fotografia che può **aiutare** le strutture ricettive a orientare meglio servizi, offerte e comunicazione. Camere familiari, appartamenti, servizi dedicati ai bambini e soluzioni pensate per soggiorni di coppia continuano infatti a rappresentare gli elementi più richiesti dal mercato.

Con chi viaggerai probabilmente?



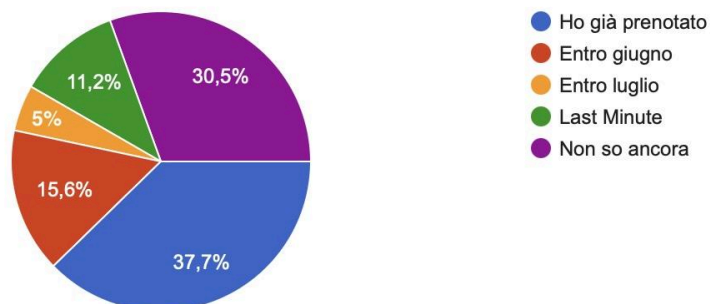
Anche le **tempistiche di prenotazione** offrono indicazioni interessanti. Il **37,7%** degli intervistati dichiara di **aver già prenotato** la propria vacanza estiva 2026, mentre un ulteriore **15,6%** prevede di farlo **entro giugno**. Complessivamente oltre la metà dei viaggiatori organizza dunque il soggiorno con largo anticipo.

Rimane comunque significativa la quota di **indecisi (30,5%)**, che rappresenta un bacino ancora contendibile per le strutture ricettive.

Il fenomeno del **last minute**, spesso considerato predominante negli ultimi anni, coinvolge invece una percentuale relativamente contenuta del campione.

Per gli operatori turistici questo significa che una strategia commerciale ben pianificata e una presenza online efficace continuano a essere determinanti per intercettare la domanda nei mesi che precedono la stagione estiva.

Con quanto anticipo pensi di prenotare la vacanza estiva 2026?



Un aspetto particolarmente interessante dell'indagine è inoltre la forte convergenza tra le risposte fornite dai **viaggiatori** e quelle espresse dai **gestori** di strutture ricettive. Pur appartenendo a due categorie differenti, entrambe mostrano **percezioni molto simili** riguardo ai principali trend del turismo 2026: maggiore attenzione ai costi, crescente interesse per le vacanze in Italia, ricerca di destinazioni meno affollate, impatto del caro-voli e crescente interesse verso l'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale.

Le **differenze** rilevate tra i due gruppi risultano generalmente **contenute** e non modificano il quadro generale emerso dal sondaggio. Questo elemento rafforza la solidità delle conclusioni, suggerendo che chi vende ospitalità e chi acquista viaggi sta osservando e interpretando il mercato in modo sorprendentemente coerente.

In altre parole, domanda e offerta sembrano oggi avere una lettura molto simile delle tendenze che caratterizzeranno l'estate 2026. Un risultato particolarmente significativo perché dimostra come le strutture ricettive abbiano una percezione molto realistica delle aspettative dei propri ospiti e come i viaggiatori, allo stesso tempo, stiano maturando una maggiore consapevolezza dei meccanismi che regolano il mercato turistico.

Gli italiani non sembrano intenzionati a rinunciare alle vacanze. Piuttosto, stanno diventando più selettivi, più informati e più consapevoli nelle proprie scelte.

Nel complesso emerge l'immagine di un viaggiatore più attento al rapporto qualità-prezzo, più prudente nelle scelte, più orientato verso l'Italia e sempre più interessato alla prenotazione diretta quando accompagnata da garanzie adeguate.

Un viaggiatore che continua a considerare la vacanza un momento importante della propria vita, ma che affronta le decisioni con maggiore consapevolezza rispetto al passato.



BED-AND-BREAKFAST.IT