



SWG

Conf
com



Confcommercio



CONFTURISMO



OSSERVATORIO LONGITUDINALE SULLA PROPENSIONE TURISTICA DEGLI ITALIANI

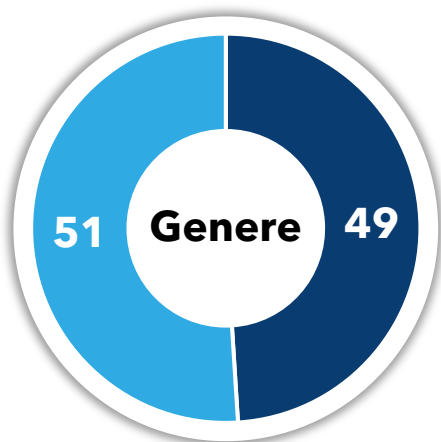
REPORT GENNAIO 2026



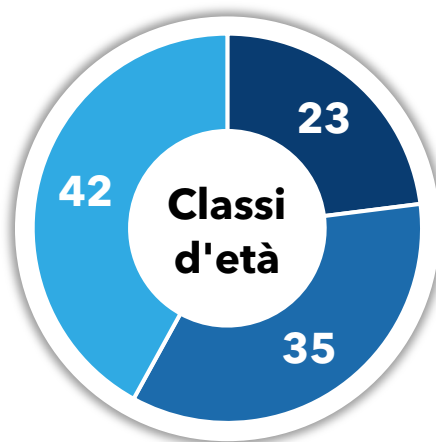
Metodologia e campione

L'indagine quantitativa è stata condotta mediante interviste online con metodo CAWI (*Computer Assisted Web Interview*) su un campione composto da **1.000 cittadini italiani tra i 18 e 80 anni rappresentativi della popolazione per genere, età, area geografica e ampiezza comune di residenza.**

Le interviste sono state somministrate dal 13 al 19 gennaio 2026



■ Uomo ■ Donna

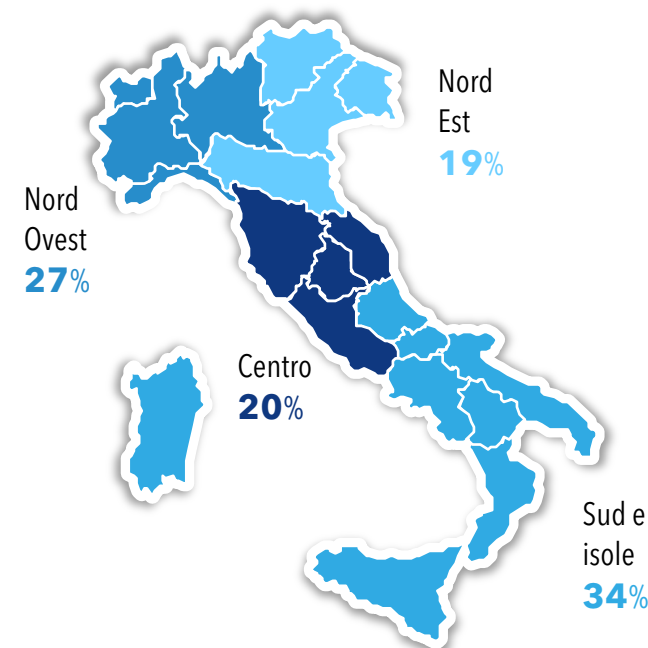


■ 18-34 anni
■ 35-54 anni
■ 55-80 anni



■ Fino a 10.000 abitanti
■ da 10.001 a 30.000 abitanti
■ da 30.001 a 100.000 abitanti
■ Oltre 100.000 abitanti

Zone di residenza





SWG

Conf
com



Confcommercio



CONFTURISMO



INDICATORI DI SINTESI



Summary – indicatori di sintesi

Tra gli italiani l'incertezza sembra essere diventata sempre più un elemento strutturale.

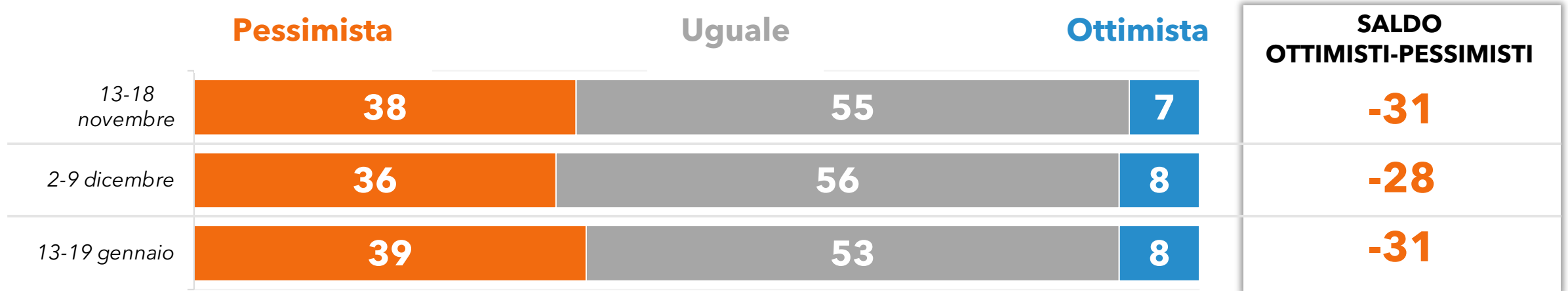
Dopo il Covid-19, la fiammata inflazionistica legata alla guerra in Ucraina e gli altri grandi eventi internazionali che si sono susseguiti anche nell'ultimo anno, gli ultimi 12 mesi hanno mostrato una sostanziale stabilizzazione del dato relativo alle aspettative verso il futuro, con un prevalere delle spinte pessimistiche, ma senza più le rilevanti fluttuazioni osservate in passato.

Anche l'indice di fiducia del consumatore mostra una maggiore regolarità rispetto al passato, al netto delle note variazioni stagionali, così come il dato proiettivo sulle vacanze 2026 appare sostanzialmente in linea con quello dell'anno precedente.

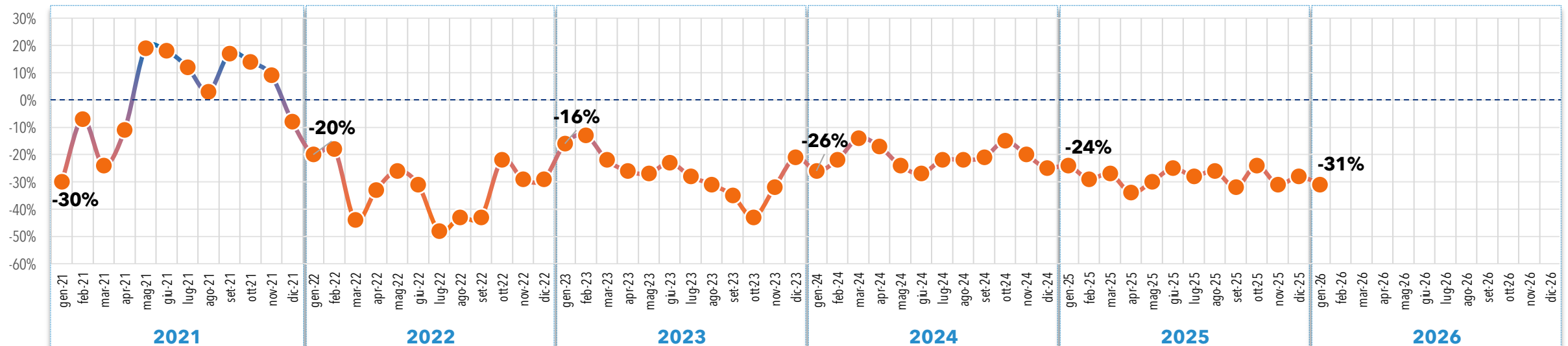
Sembra, dunque, che gli italiani non si facciano influenzare più di tanto, nelle proprie scelte di vacanza, da ciò che sta accadendo nel mondo e dai ripetuti scenari di incertezza. Non solo: tanto il dato puntuale dell'indice di fiducia del consumatore, quanto il dato previsionale delle partenze relative al mese di gennaio, raggiungono nel 2026 valori record, che se confermati dai dati ufficiali sugli arrivi, sembrerebbero indicare una propensione ancora più accentuata degli italiani a muoversi dalla propria residenza per fare qualche giorno di vacanza.

Nonostante tutti gli eventi accaduti, negli ultimi 12 mesi il saldo ottimisti-pessimisti si stabilizza attorno a -30%

Pensando alle notizie sull'economia e il turismo sentite su TV, giornali o internet nelle ultime due settimane, lei si definirebbe più ottimista o pessimista sull'economia del Paese rispetto a due settimane fa?

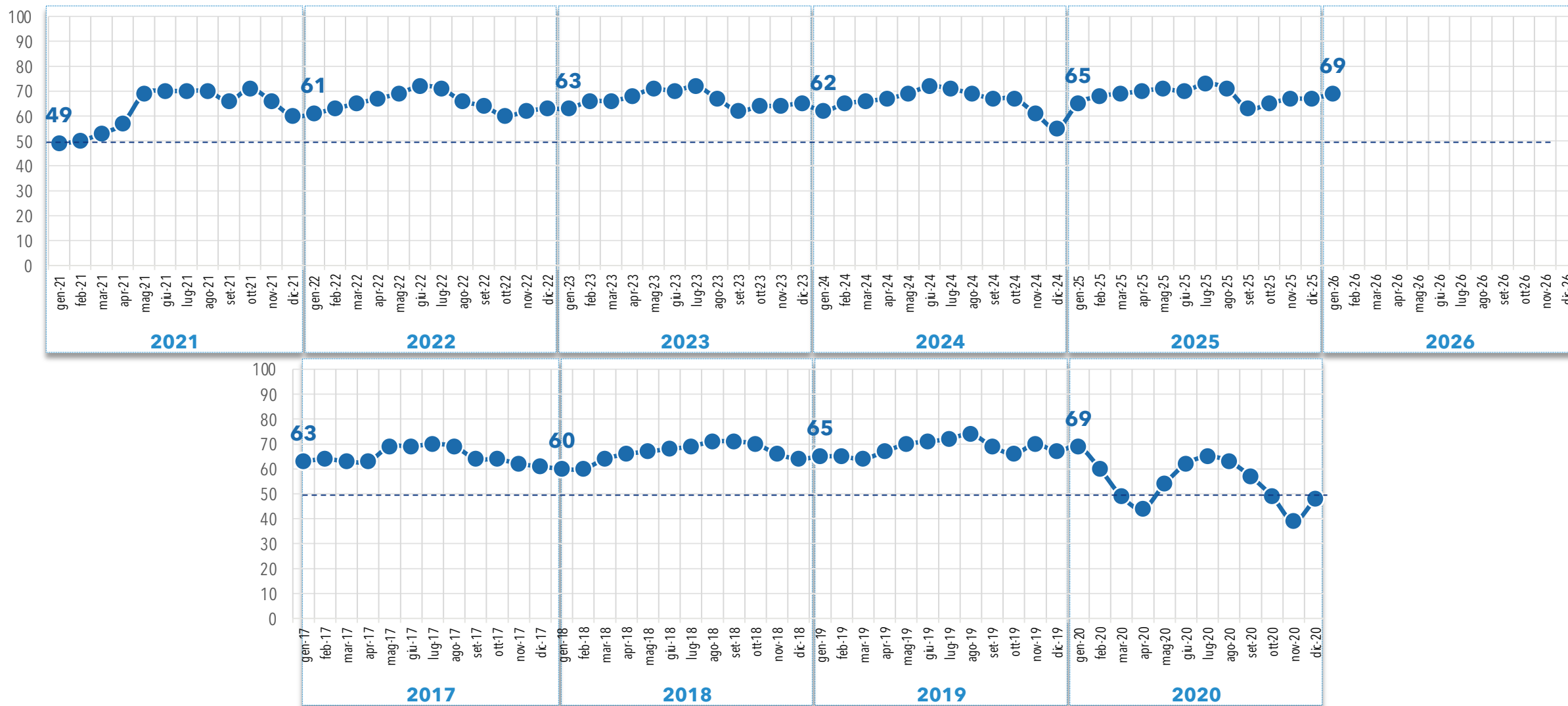


Trend 2021-2026 del saldo ottimisti - pessimisti



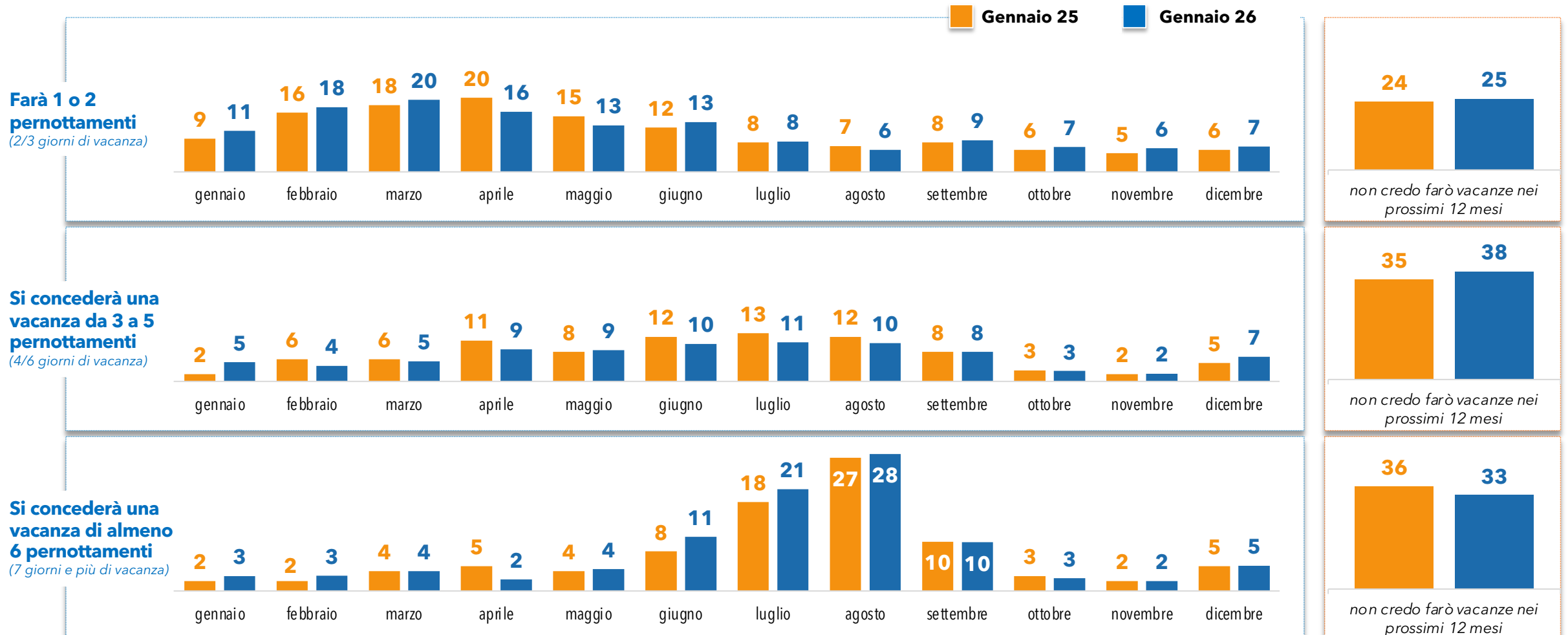
L'indice di fiducia di gennaio 2026 è il più alto della serie storica per questo mese

Trend dell'indice di fiducia del viaggiatore

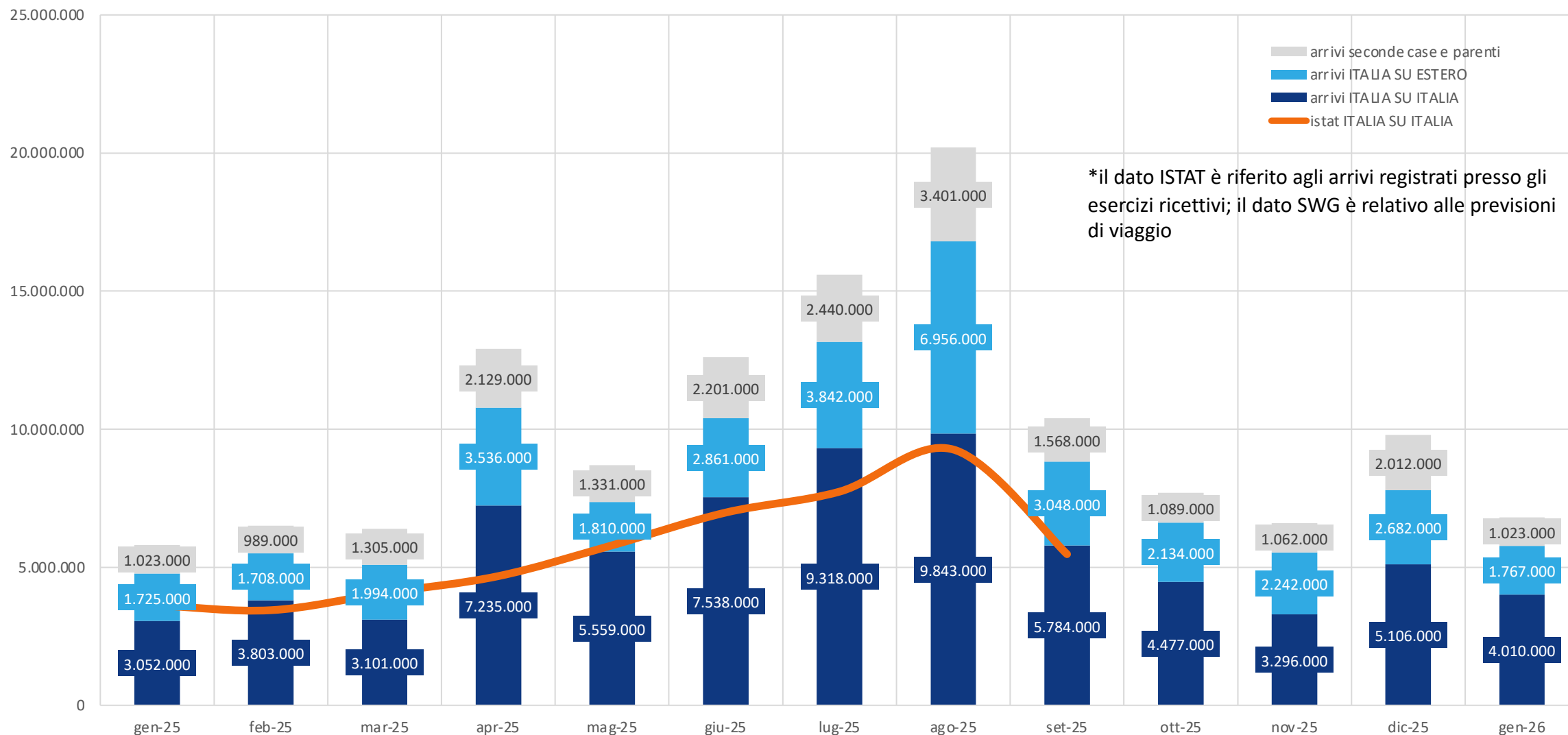


Le previsioni di viaggio per il 2026: il trend di lungo periodo è il medesimo registrato a gennaio 2025, con una propensione leggermente minore per i break di 3-5 pernottamenti

Entriamo ora più nel dettaglio di quelle che potrebbero essere le sue vacanze nei prossimi 12 mesi.
In quali dei mesi indicati pensa che...



La stima puntuale dei viaggiatori italiani degli ultimi 13 mesi





SWG

Conf
com



Confcommercio



CONFTURISMO

LE PREVISIONI PER IL TRIMESTRE

(gennaio – marzo 2026)



Summary - vacanze del trimestre

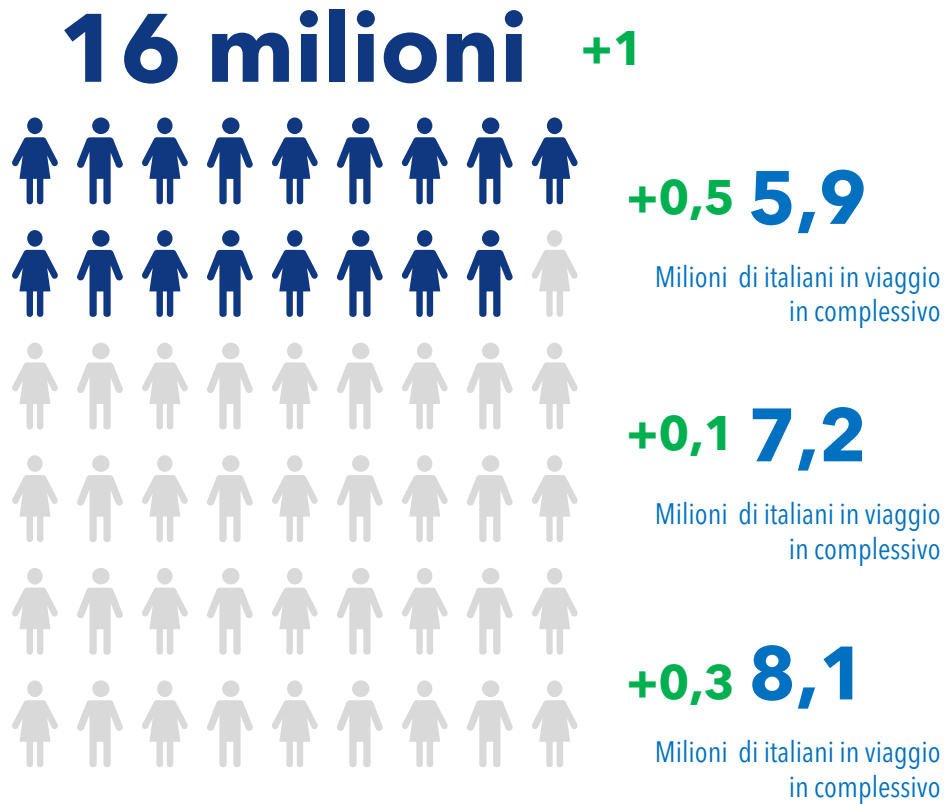
Le previsioni per il trimestre gennaio - marzo 2026 stimano che 16 milioni di italiani si concederanno almeno una notte fuori casa, con un trend a crescere nei tre mesi considerati. A farla da padrone soprattutto i break di 1-2 giorni per sfruttare i week end (con circa 5 milioni di partenze previste al mese).

Vacanze brevi con pernottamenti soprattutto in alberghi e B&B. Città d'arte e montagna si contenderanno buona parte dei viaggiatori in partenza, soprattutto per chi rimane in Italia, mentre chi andrà all'estero (facendo in media viaggi più lunghi) andrà a visitare anche grandi città o si concederà una vacanza al caldo fuori stagione.

Rispetto ad un anno fa, decisamente in crescita la spesa media, in linea con gli aumenti registrati nel corso del 2025.

I VIAGGIATORI UNDER 80

Stima del numero di italiani (under 80) intenzionati ad effettuare almeno una notte di pernottamento tra gennaio e marzo 2026



Stima del numero di italiani (under 80) intenzionati ad effettuare un periodo di vacanza nei mesi tra gennaio e marzo 2026

I confronti evidenziati in verde e rosso si riferiscono alle stime fornite a gennaio 2025

	Break da 1 /2 pernottamenti	Vacanze brevi di almeno 3 gg	Vacanze lunghe di almeno 7 gg
Gennaio	4,8 mil +0,5	1,1 mil +0,2	0,9 mil +0,3
Febbraio	4,9 mil +0,1	1,6 mil -0,2	1,3 mil +0,4
Marzo	5,3 mil +0,3	1,9 mil +0,1	1,5 mil +0,3

I VIAGGIATORI DI GENNAIO



5,9
MLN

Viaggiatori under 80 che prevedono di fare una vacanza nel mese di GENNAIO

4,8 MLN

Prevedono un piccolo break con 1-2 pernottamenti

1,1 MLN

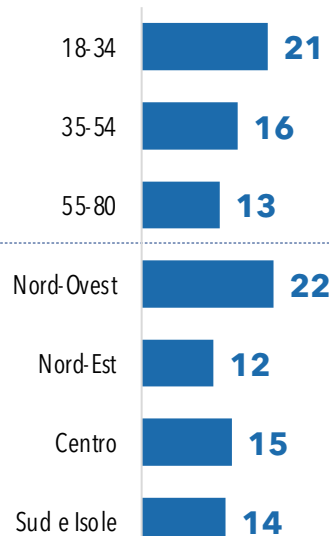
Prevedono una vacanza breve con 3-5 pernottamenti

0,9 MLN

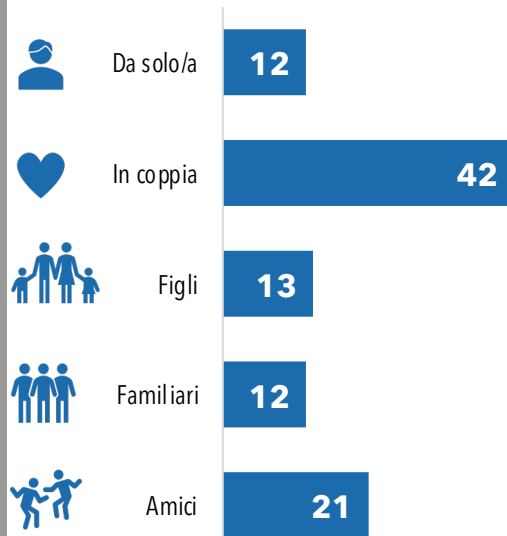
Prevedono una vacanza lunga con 7 o più pernottamenti

**la somma delle singole voci supera il totale, in quanto i viaggiatori effettueranno più vacanze durante il mese*

INCIDENZA PER ETÀ E ZONA GEOGRAFICA



COMPAGNIA DI VIAGGIO



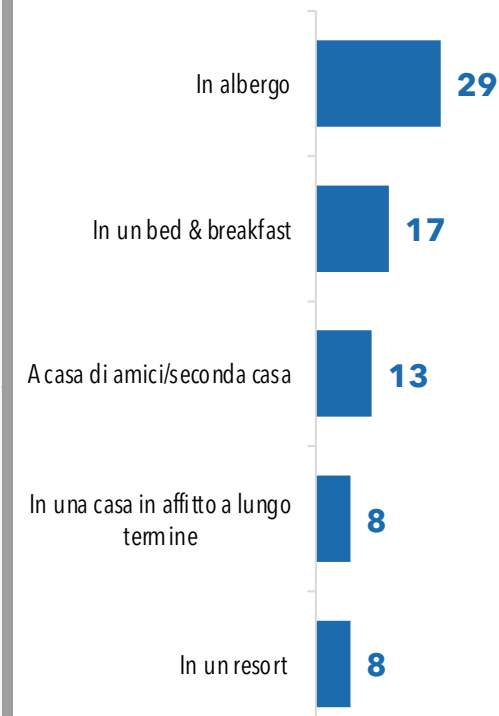
DESTINAZIONE



TOP 3 LOCALITÀ



TOP 5 - STRUTTURE ALBERGHIERE



Spesa MEDIA stimata:

700€



I VIAGGIATORI DI FEBBRAIO



7,2
MLN

Viaggiatori under 80 che hanno fatto o prevedono di fare una vacanza nel mese di FEBBRAIO

4,9 MLN

Si concederanno un piccolo break con 1-2 pernottamenti

1,6 MLN

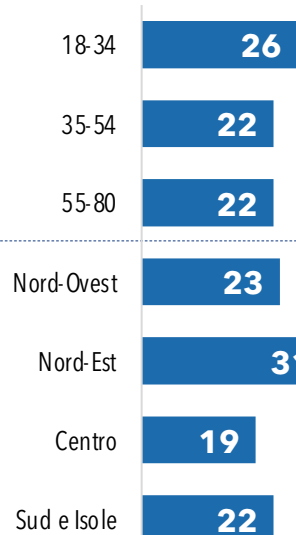
Si concederanno una vacanza breve con 3-5 pernottamenti

1,3 MLN

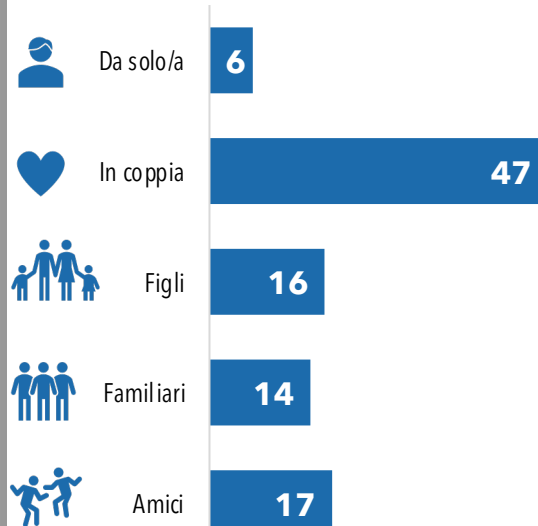
Si concederanno una vacanza lunga con 7 o più pernottamenti

**la somma delle singole voci supera il totale, in quanto i viaggiatori effettueranno più vacanze durante il mese*

INCIDENZA PER ETÀ E ZONA GEOGRAFICA



COMPAGNIA DI VIAGGIO



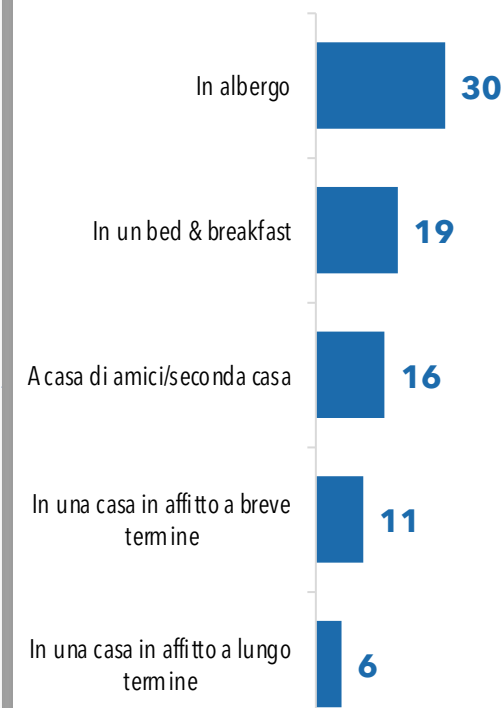
DESTINAZIONE



TOP 3 LOCALITÀ



TOP 5 - STRUTTURE ALBERGHIERE



Spesa MEDIA stimata:

€570



I VIAGGIATORI DI MARZO



8,1
MLN

Viaggiatori under 80 che prevedono una vacanza nel mese di MARZO

5,3 MLN

Prevedono un piccolo break con 1-2 pernottamenti

1,9 MLN

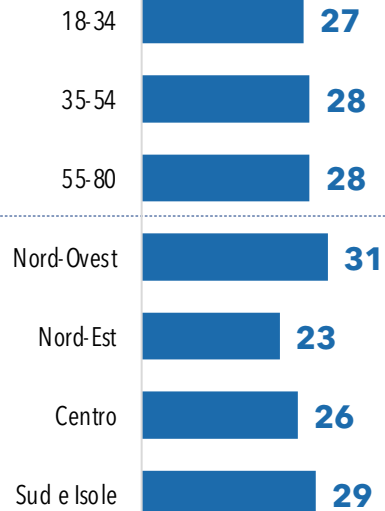
Prevedono una vacanza breve con 3-5 pernottamenti

1,5 MLN

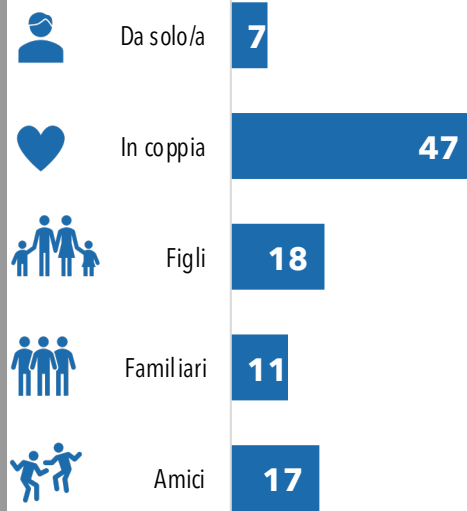
Prevedono una vacanza lunga con 7 o più pernottamenti

**la somma delle singole voci supera il totale, in quanto i viaggiatori hanno effettuato più vacanze durante il mese*

INCIDENZA PER ETÀ E ZONA GEOGRAFICA



COMPAGNIA DI VIAGGIO



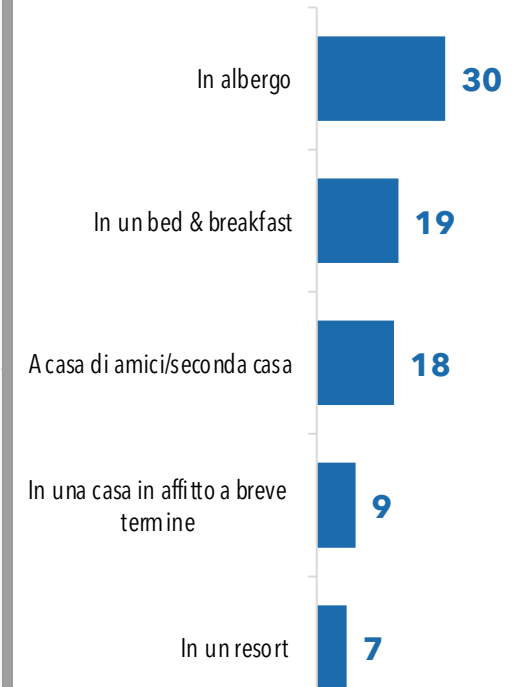
DESTINAZIONE



TOP 3 LOCALITÀ



TOP 5 - STRUTTURE ALBERGHIERE



Spesa MEDIA :

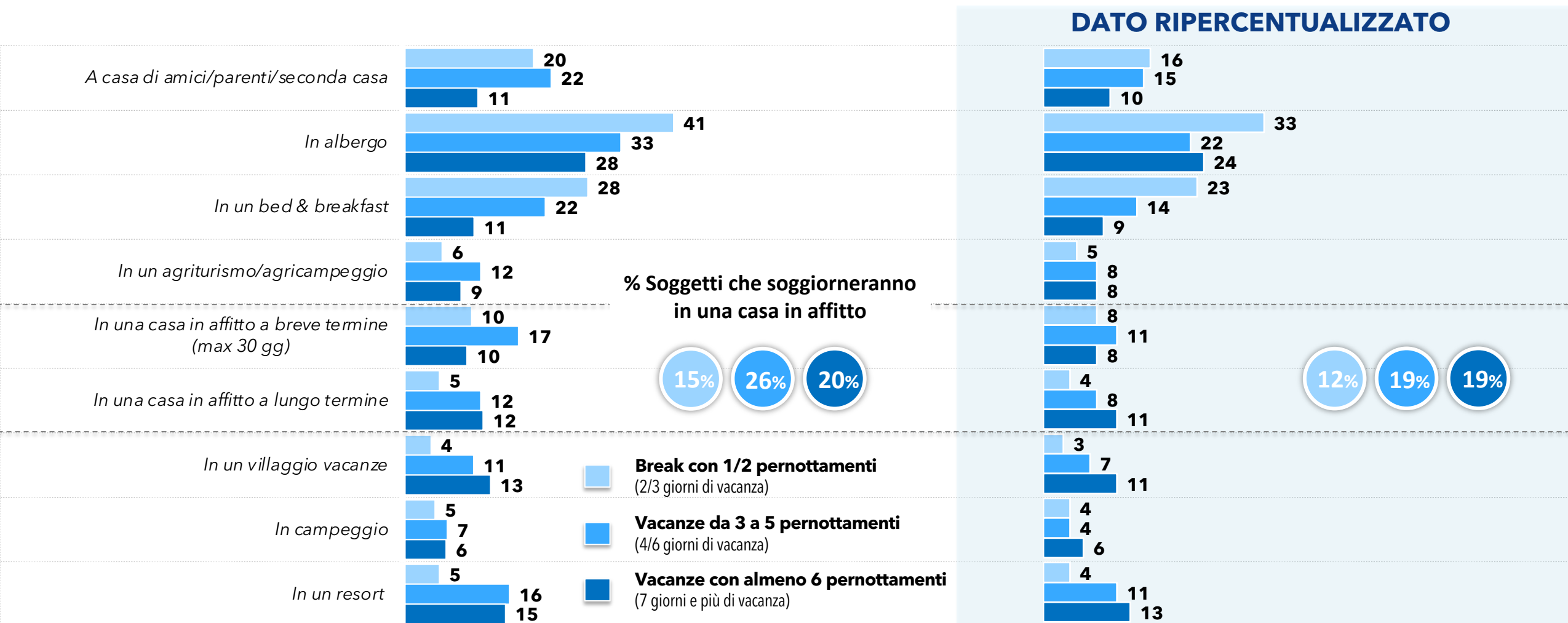
600€



Le strutture ricettive per le vacanze tra gennaio e marzo 2026

E dove pensa di pernottare per le vacanze che effettuerà tra gennaio e marzo 2026? (Possibili più risposte)

Gennaio 2026: N= 413 (1/2 pernottamenti); N=147 (almeno 3 giorni); N=97 (almeno 7 giorni)

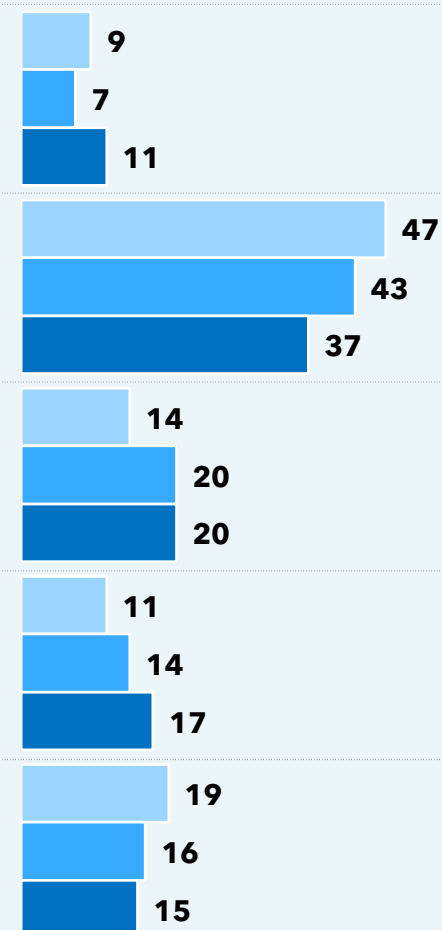
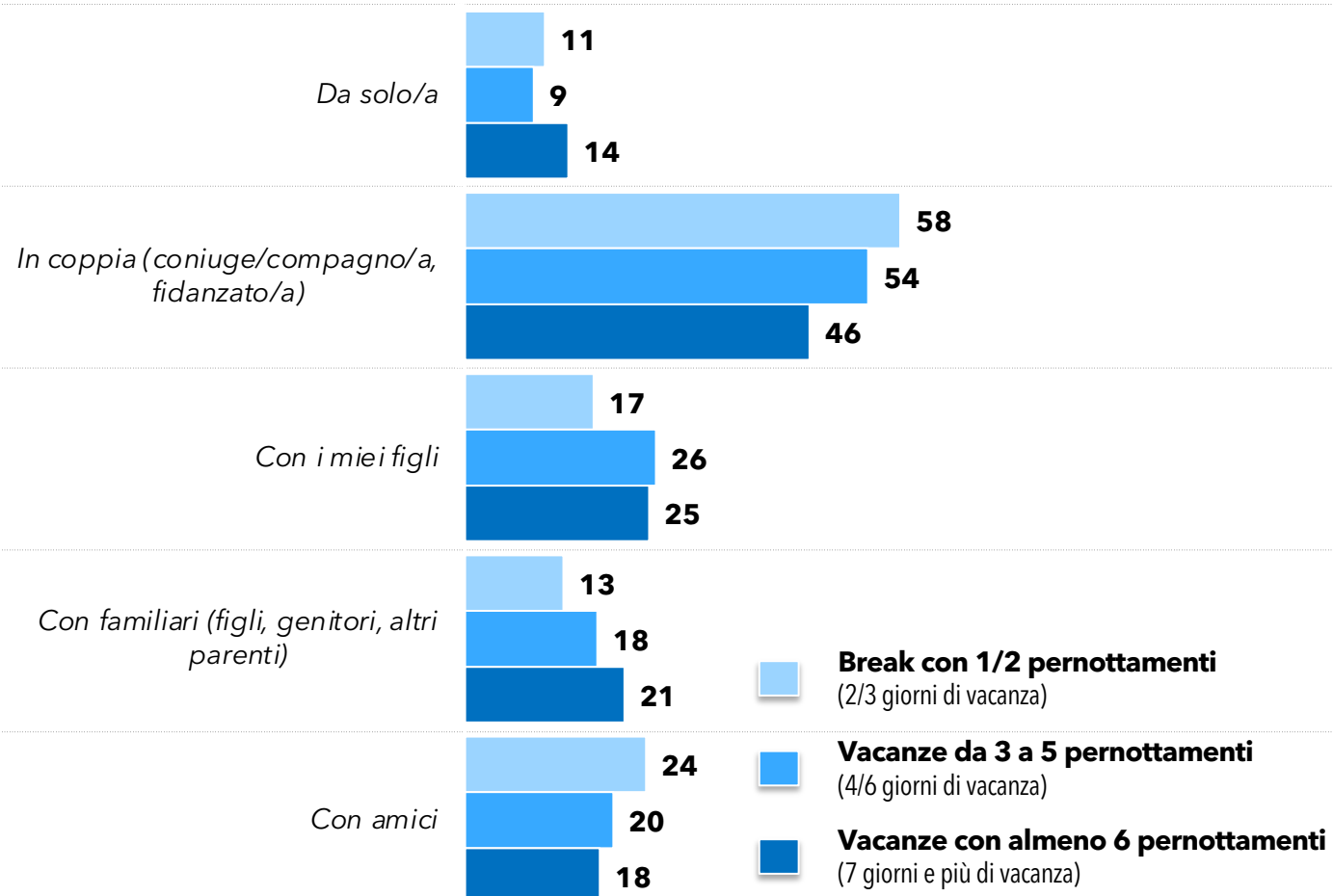


La compagnia di viaggio

E con chi trascorrerà le vacanze tra gennaio e marzo 2026? (Possibili più risposte)

Gennaio 2026: N= 413 (1/2 pernottamenti); N=147 (almeno 3 giorni); N=97 (almeno 7 giorni)

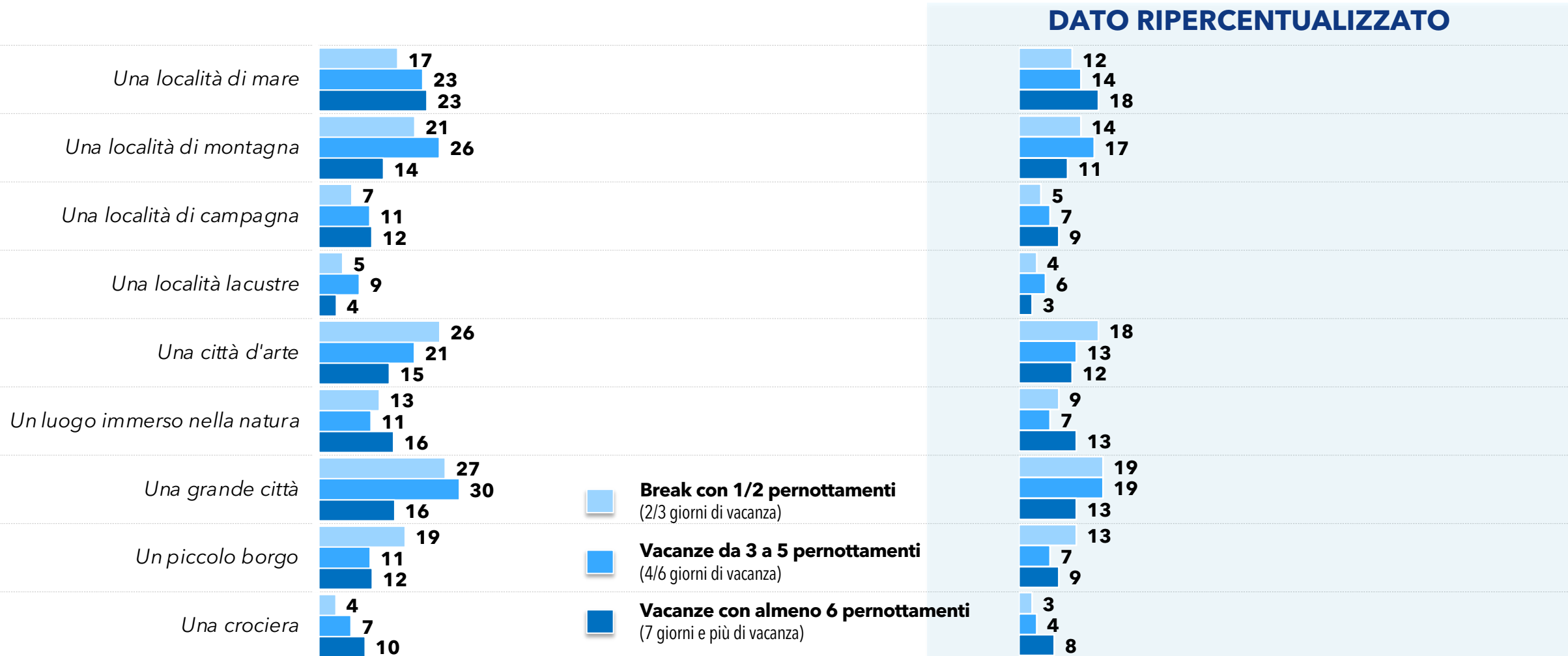
DATO RIPERCENTUALIZZATO



Le destinazioni delle vacanze tra gennaio e marzo 2026

Quali mete ha preso in considerazione per le sue vacanze tra gennaio e marzo 2026? (Possibili più risposte)

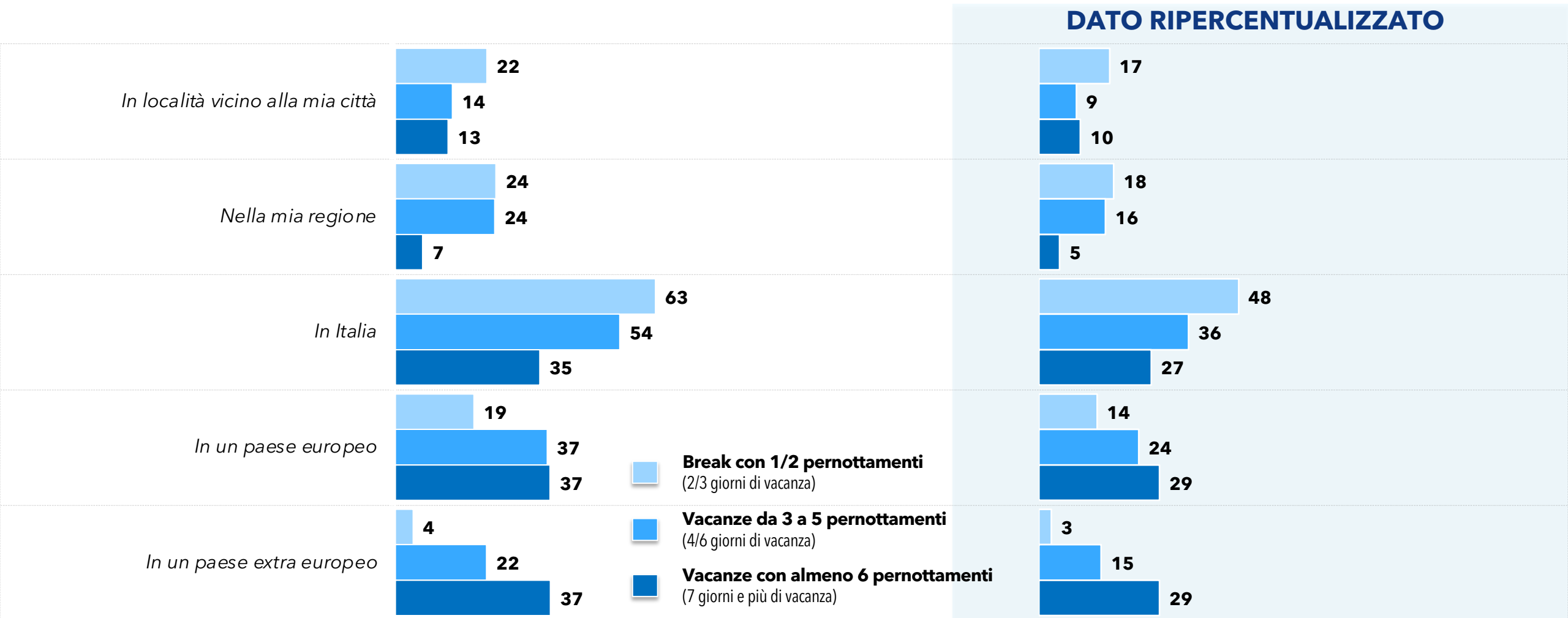
Gennaio 2026: N= 413 (1/2 pernottamenti); N=147 (almeno 3 giorni); N=97 (almeno 7 giorni)



Le destinazioni nazionali e internazionali per le vacanze tra gennaio e marzo

Per le sue vacanze tra gennaio e marzo dove pensa di andare? (Possibili più risposte)

Gennaio 2026: N= 413 (1/2 pernottamenti); N=147 (almeno 3 giorni); N=97 (almeno 7 giorni)



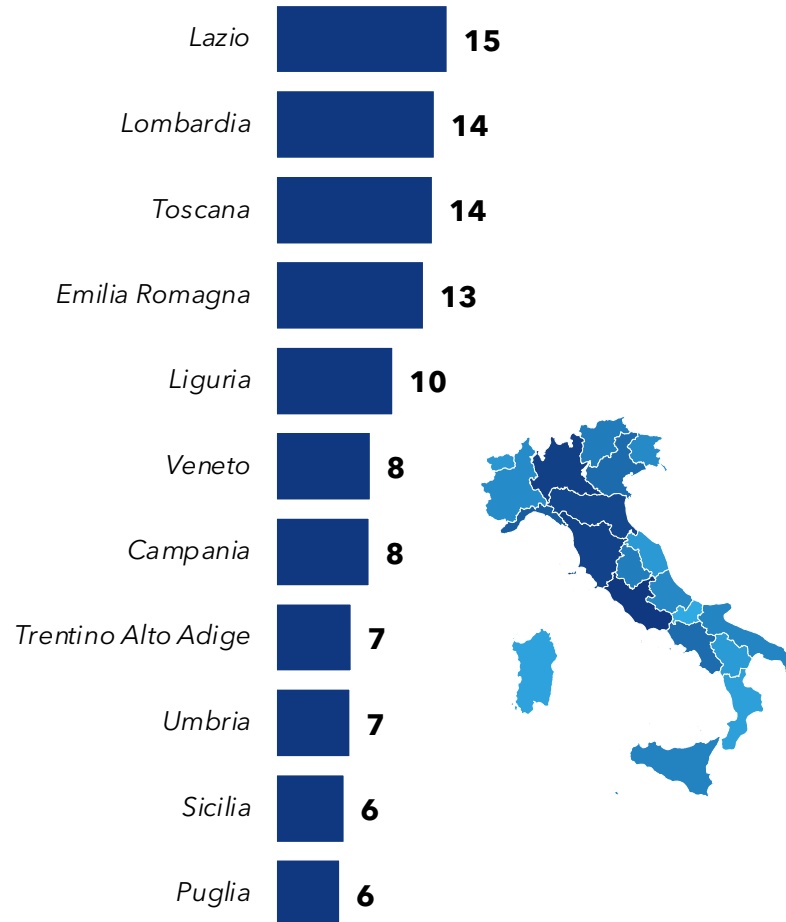
Focus: Destinazioni di viaggio gennaio- marzo 2026- Italia

Valori %. Risponde chi intende effettuare un periodo di vacanza *in Italia, ma non nella propria regione*

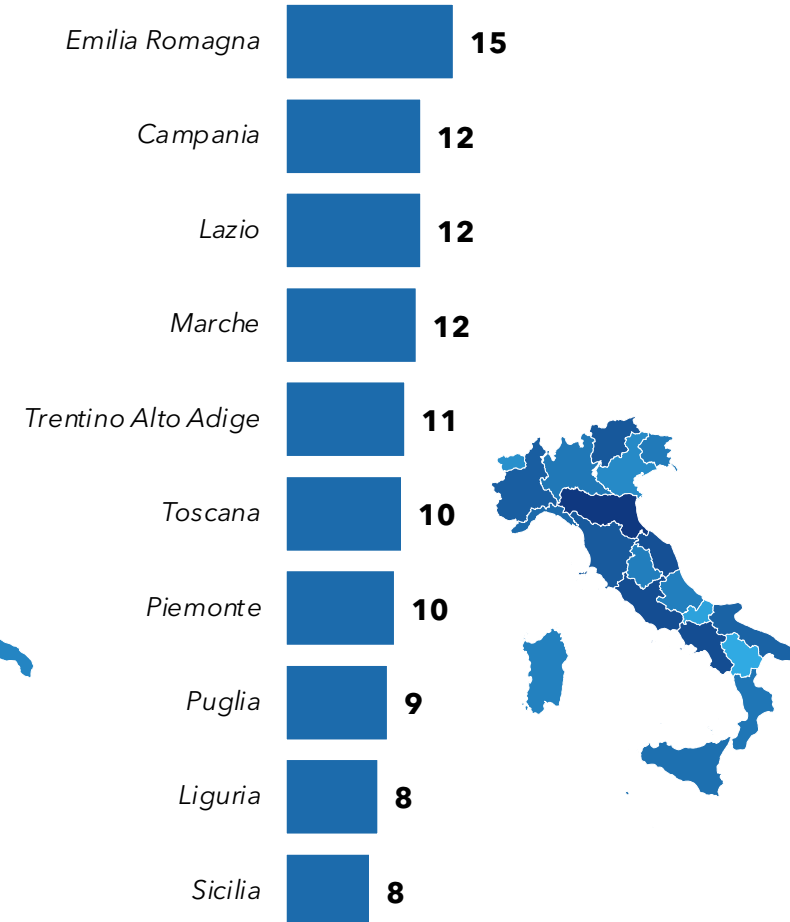
Nota: sono possibili più risposte

Top 10

Break con 1 o 2 pernottamenti
(N=258)



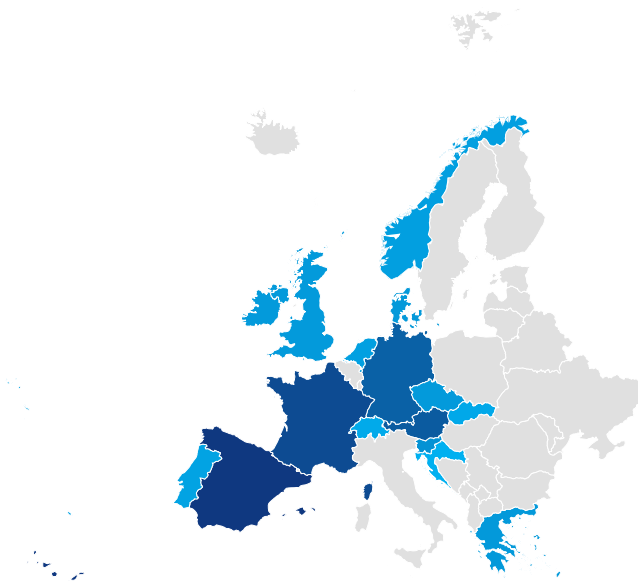
Vacanze da 3 a 5 pernottamenti
(N=79)



Focus: Destinazioni di viaggio gennaio-marzo 2026 - Europa

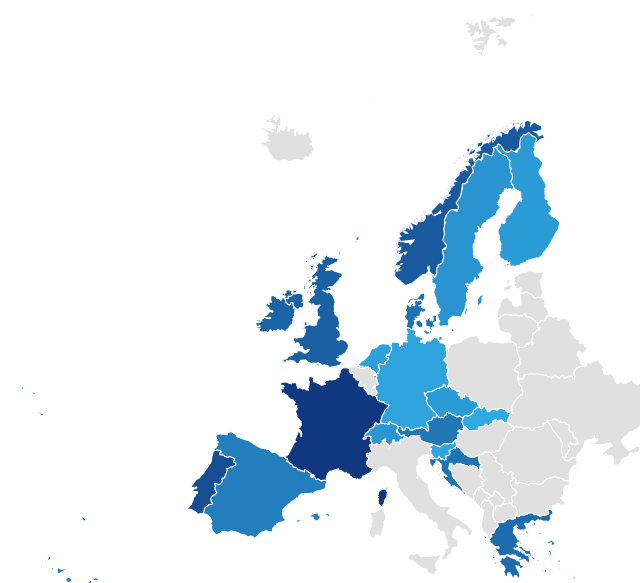
Valori %. Risponde chi intende effettuare un periodo di vacanza *in Europa*

Nota: sono possibili più risposte



Break con 1/2 pernottamenti	
• Spagna	21
• Francia	18
• Austria	16
• Germania	15
• Slovenia	7

N= 78



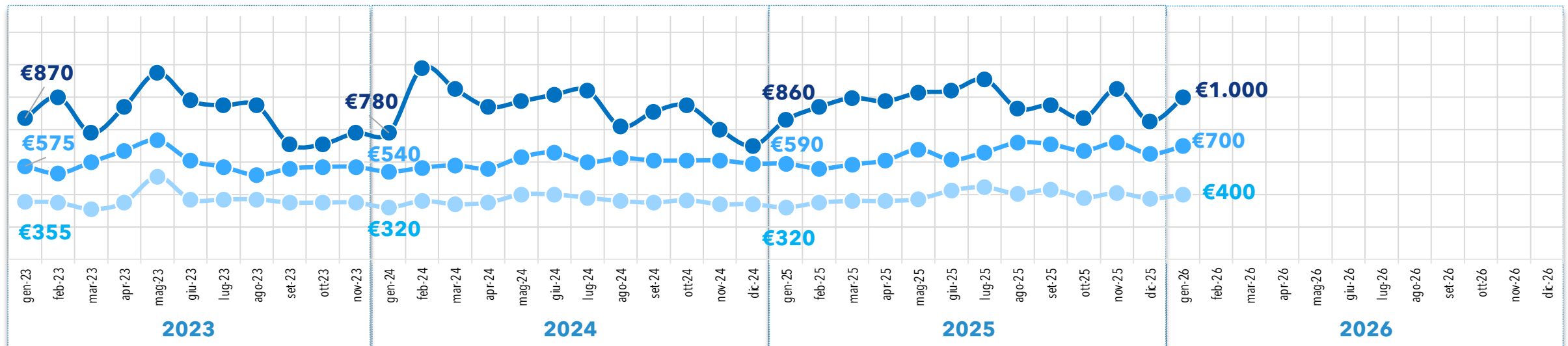
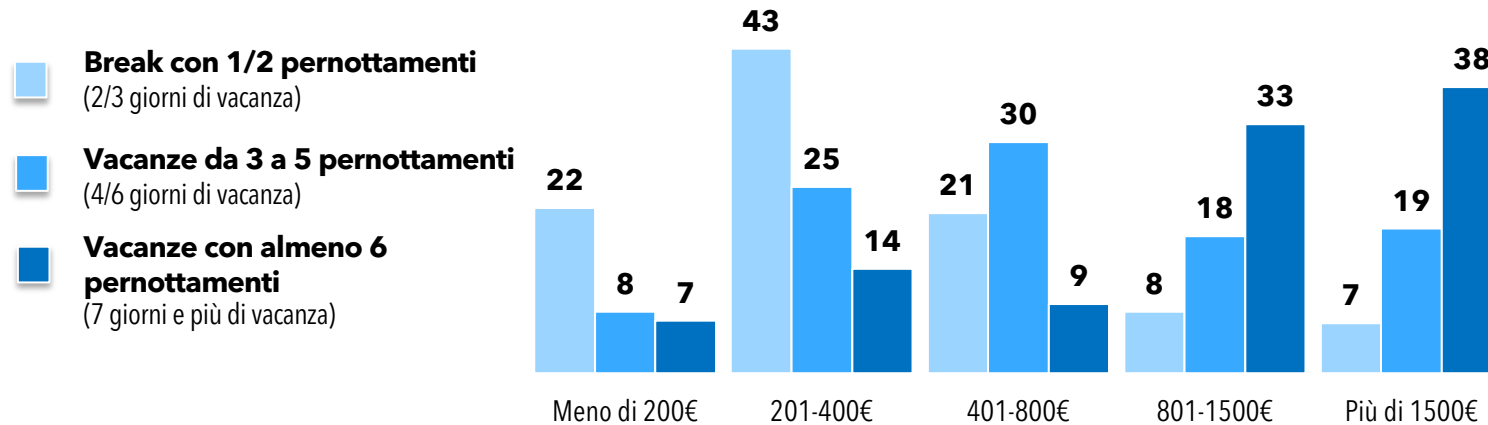
Vacanze da 3 a 5 pernottamenti	
• Francia	20
• Portogallo	16
• Norvegia	13
• Regno Unito	12
• Irlanda	12

N= 54

Focus: spesa media per tipologia di soggiorno e periodo di viaggio - vacanze tra gennaio e marzo 2026

E quanto pensa di destinare complessivamente, tenuto conto di tutte le persone, in termini di spesa per le vacanze tra gennaio e marzo? INDICHI PER FAVORE UN IMPORTO INDICATIVO A PERSONA

Gennaio 2026: N= 413 (1/2 pernottamenti); N=147 (almeno 3 giorni); N=97 (almeno 7 giorni)





SWG

**Conf
com**



Confcommercio



CONF TURISMO



LA SODDISFAZIONE PER LE VACANZE DEL PERIODO NATALIZIO



Summary - soddisfazione per le vacanze natalizie

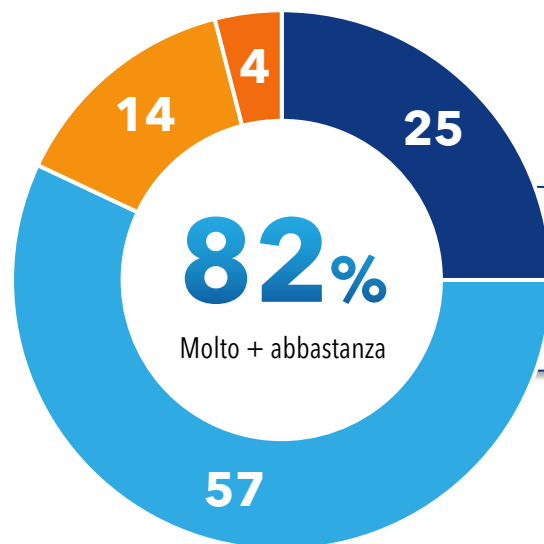
Gli italiani che si sono concessi qualche giorno di vacanza durante il periodo natalizio, sono generalmente soddisfatti di ciò di cui hanno goduto, con percentuali in linea rispetto alle aspettative espresse nello scorso mese di dicembre.

Una vacanza piacevole, ma non entusiasmante, soprattutto per i più giovani.

A incidere negativamente sulla valutazione è soprattutto la dimensione economica: tre viaggiatori su quattro hanno denunciato un aumento dei prezzi generalizzato, ma particolarmente forte per ristorazione e trasporti.

Valutazioni positive, ma senza grandi slanci: solo 1 su 4 si dichiara molto soddisfatto delle vacanze appena trascorse. Le coorti più anziane sono le più soddisfatte

Complessivamente, quanto si dichiara soddisfatto/a delle vacanze natalizie 2025 che ha appena trascorso?



- Molto
- Abbastanza
- Poco
- Per nulla

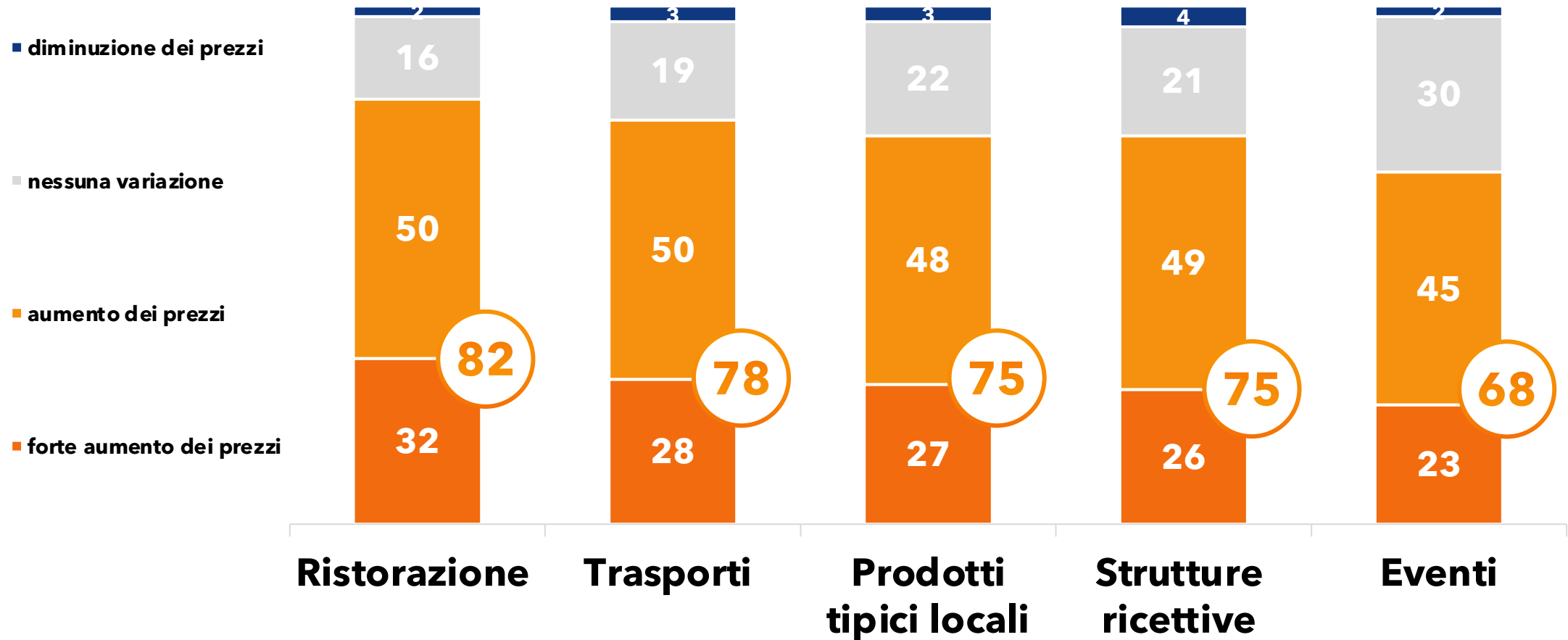
A dicembre 2025, **l'85%** dei viaggiatori nutriva **aspettative molto positive** riguardo i viaggi programmati per il periodo natalizio

Dettaglio soddisfazione per classe d'età



Circa 3 viaggiatori su 4 hanno notato un aumento dei prezzi nel periodo natalizio. Ristorazione e trasporti i settori più colpiti, ma si riscontra un incremento dei prezzi anche per l'acquisto di prodotti locali

Rispetto alle festività natalizie del 2024, ha notato una variazione dei prezzi nei seguenti ambiti legati alle vacanze del periodo natalizio?





SWG

**Conf
com**



Confcommercio



CONF TURISMO



LE VACANZE SULLA NEVE



Summary - vacanze sulla neve

Rispetto a gennaio 2025 leggermente in crescita il numero di italiani che pensa di concedersi in questo primo trimestre 2026 qualche giorno sulla neve. A partire saranno quasi 9 milioni di concittadini. 4 su 5 sceglieranno una località montana italiana, per quanto, rispetto al passato, cresce l'interesse verso le mete oltre confine dell'arco alpino.

Quasi 500 euro a testa la spesa media stimata per vacanze che nella metà dei casi saranno però molto brevi (1-2 pernottamenti) e solo in un caso su sette si spingeranno oltre i 5 pernottamenti. Rispetto al passato, va però segnalato come la durata media dei pernottamenti sia in crescita e come riprenda quota la percentuale di chi ha come obiettivo della vacanza sulla neve soprattutto lo sci.

La presenza delle olimpiadi di Milano-Cortina, se da un lato spaventa per l'aumento dei prezzi e porta una quota di connazionali a cercare mete estere più economiche, dall'altro sembra avere risvegliato un interesse per una forma più classica di vacanza invernale in cui lo sci torna ad avere un posto importante, anche se sempre all'interno di un quadro più allargato di attenzione al benessere.

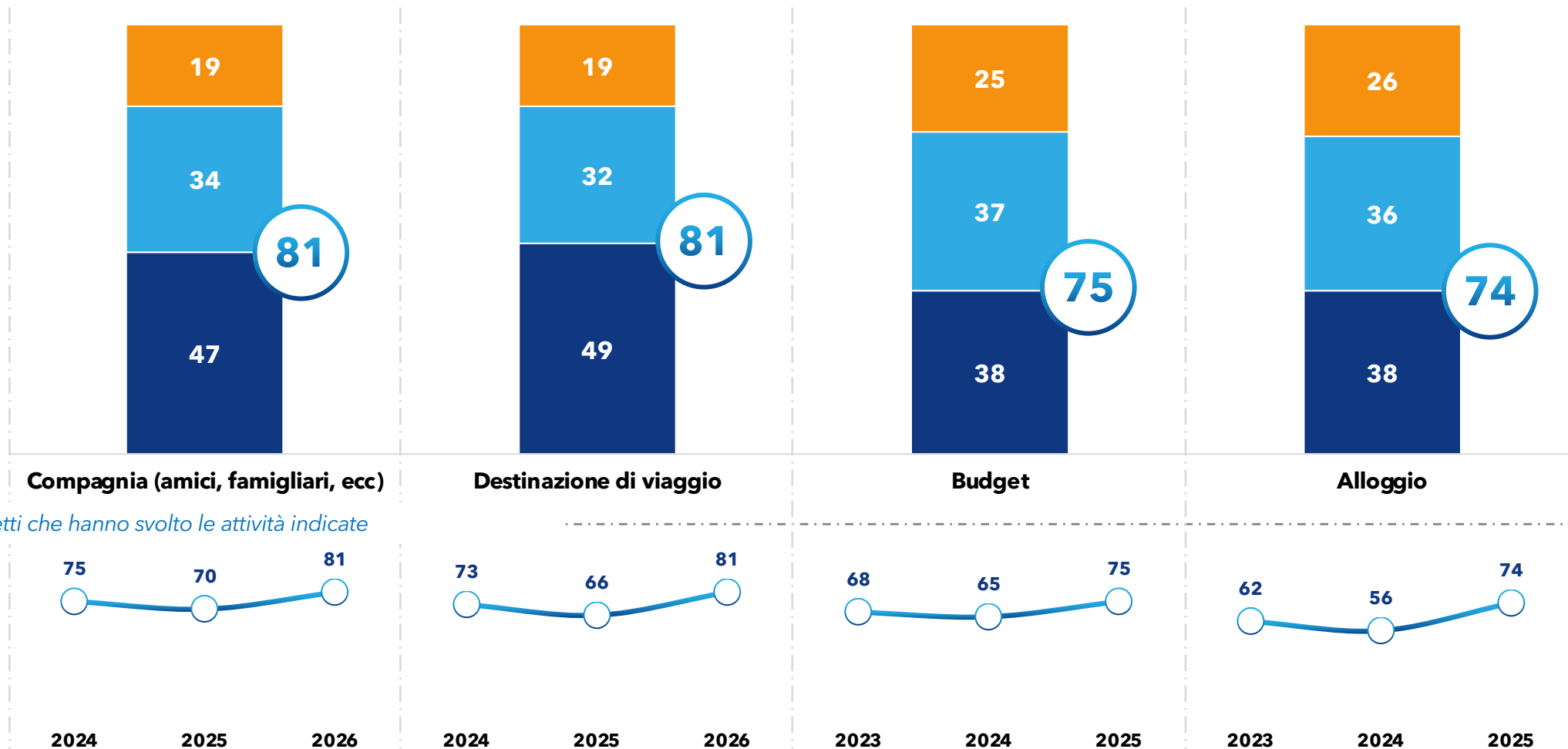
Tra chi pensa di partire, la pianificazione è in una fase decisamente più avanzata rispetto al passato

Per la sua vacanza in montagna, lei ha già programmato i seguenti aspetti?

■ No non ho ancora definito

■ Sì, ma solo in parte

■ Sì, ho già definito



Trend storico % soggetti che hanno svolto le attività indicate

I VIAGGIATORI PER LA SETTIMANA BIANCA NEL PERIODO GENNAIO - MARZO



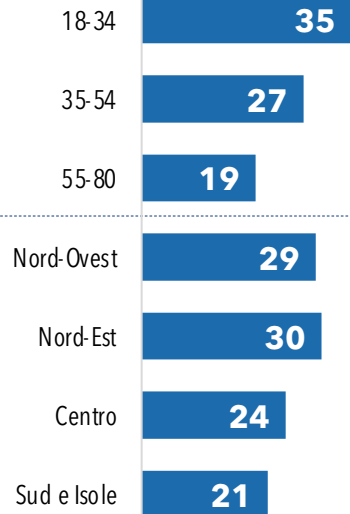
8,5
MLN

Viaggiatori under 80 che prevedono di fare una SETTIMANA BIANCA nel periodo gennaio-marzo

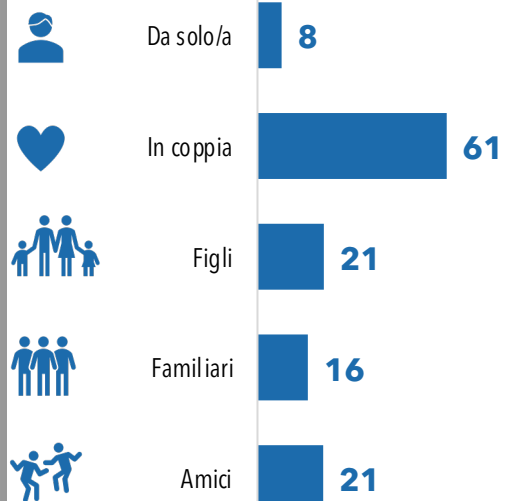
+0,5

rispetto alla stima di gennaio 2025

INCIDENZA PER ETÀ E ZONA GEOGRAFICA



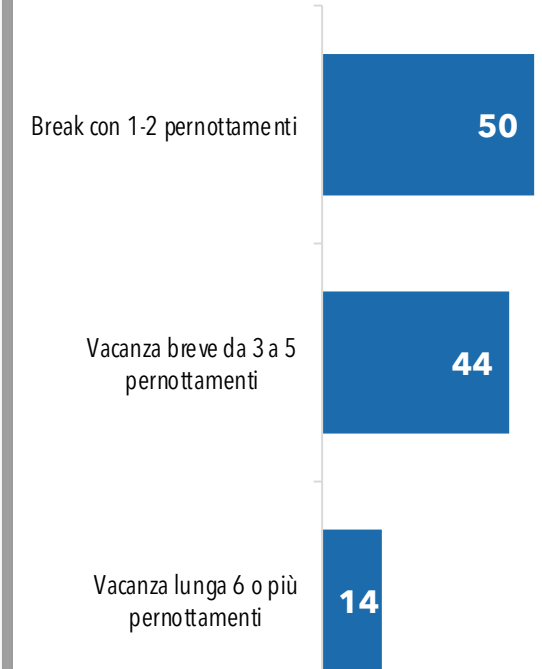
COMPAGNIA DI VIAGGIO



STRUTTURE ALBERGHIERE

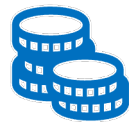


DURATA DELLA VACANZA



Spesa MEDIA stimata:

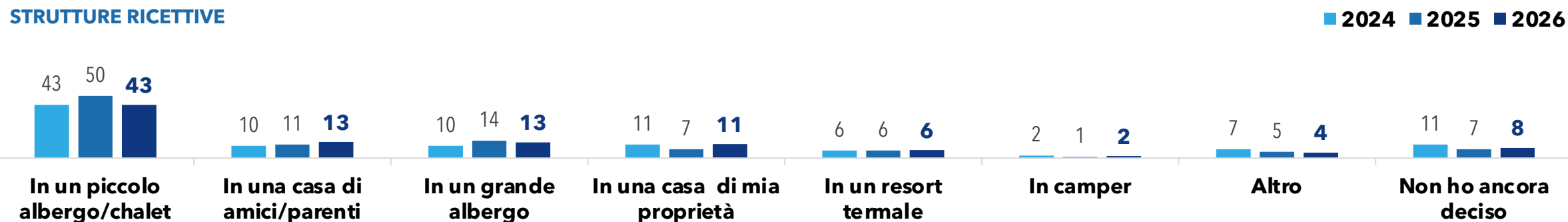
475€



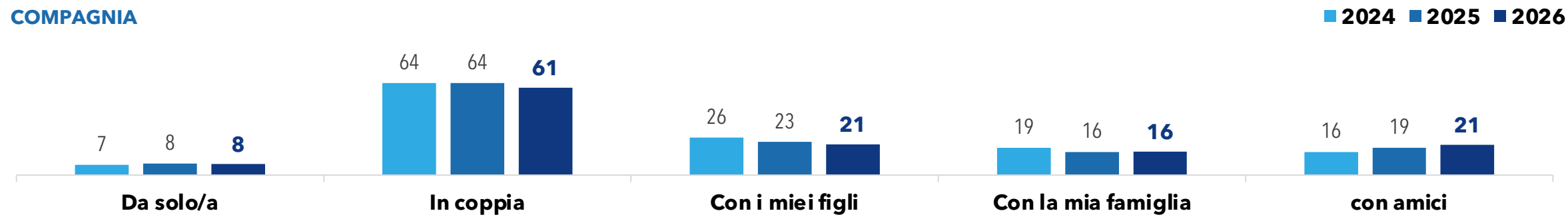
TREND VACANZE SULLA NEVE

**Aumenta chi si appoggia a casa di amici e parenti o in una seconda casa.
La durata della vacanza si fa più lunga**

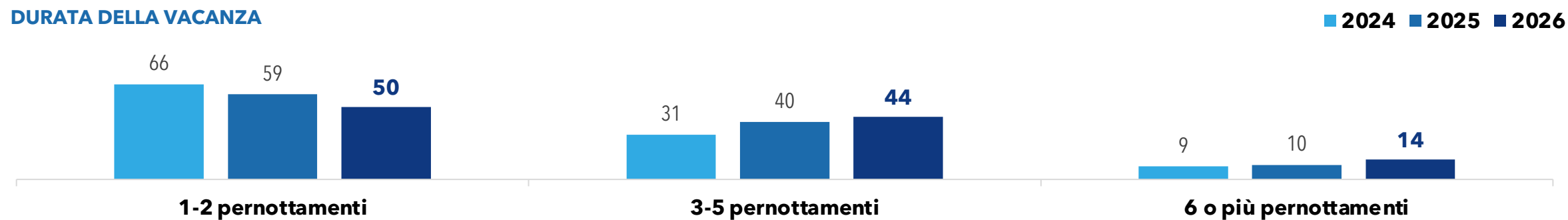
STRUTTURE RICETTIVE



COMPAGNIA



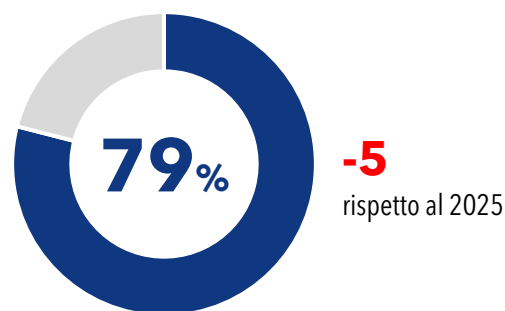
DURATA DELLA VACANZA



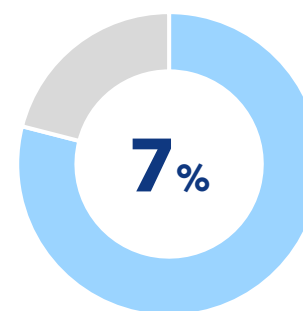
In calo la percentuale di chi sceglie località alpine italiane, mentre crescono le destinazioni estere

In quali località svolgerà le sue vacanze sulla neve? (possibili più risposte)

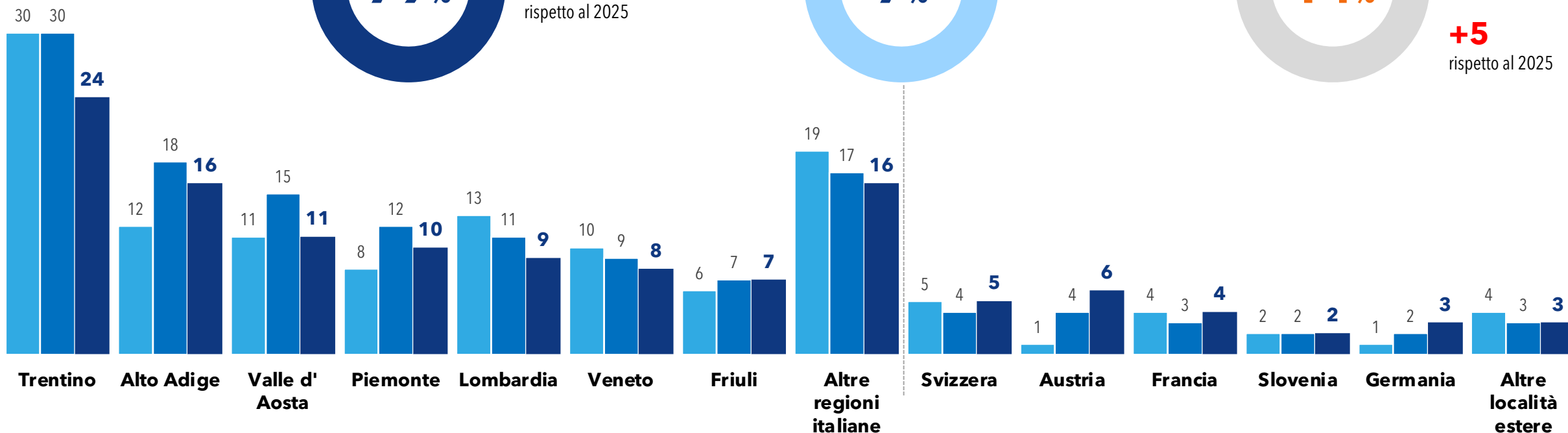
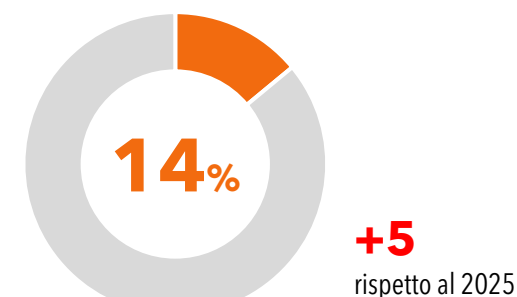
% soggetti intenzionati ad andare esclusivamente in località italiane



% soggetti intenzionati ad andare sia in località italiane che estere



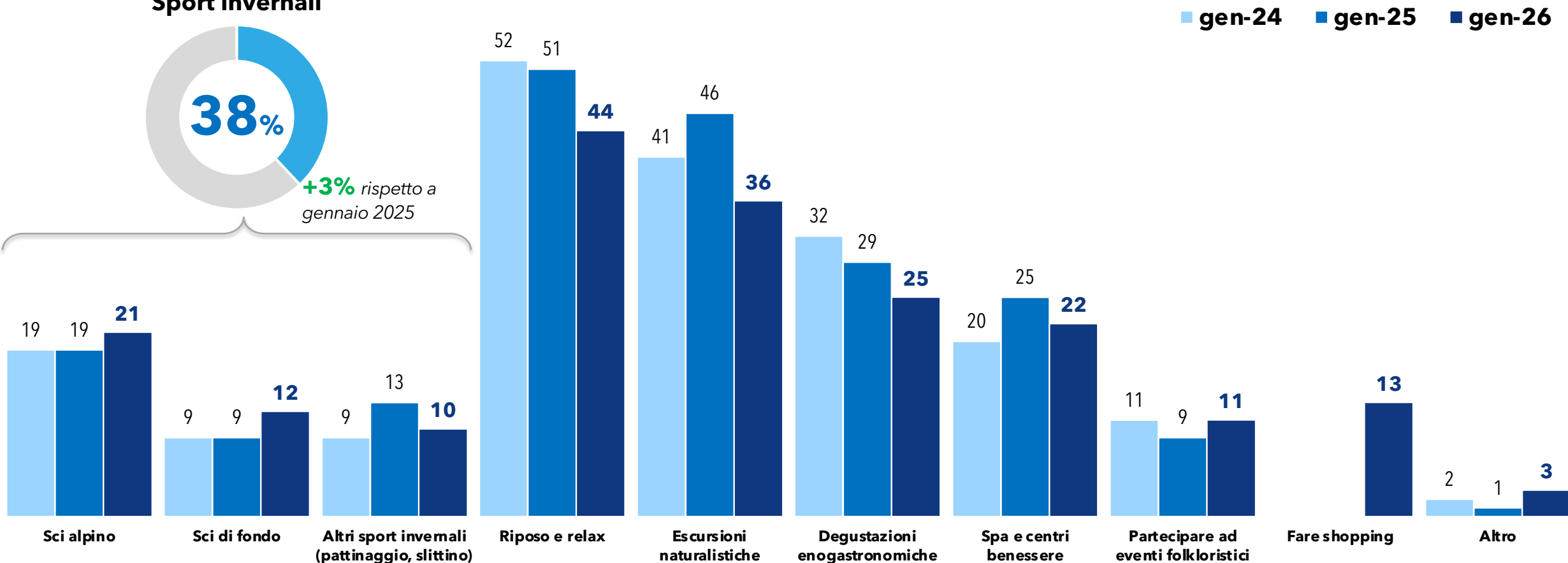
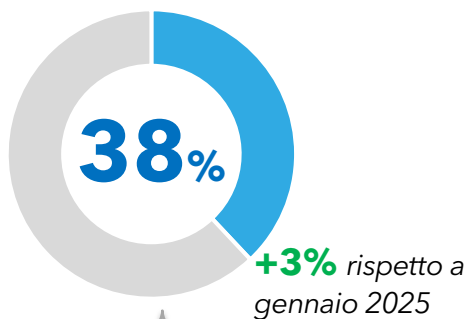
% soggetti intenzionati ad andare esclusivamente in località estere



Rispetto al passato aumenta la quota di chi praticherà sport

Nello specifico, cosa farà durante il suo soggiorno in montagna? (possibili più risposte)

% soggetti intenzionati a praticare
Sport invernali





SWG

**Conf
com**



Confcommercio



CONF TURISMO



APPENDIX - I DATI DI TREND



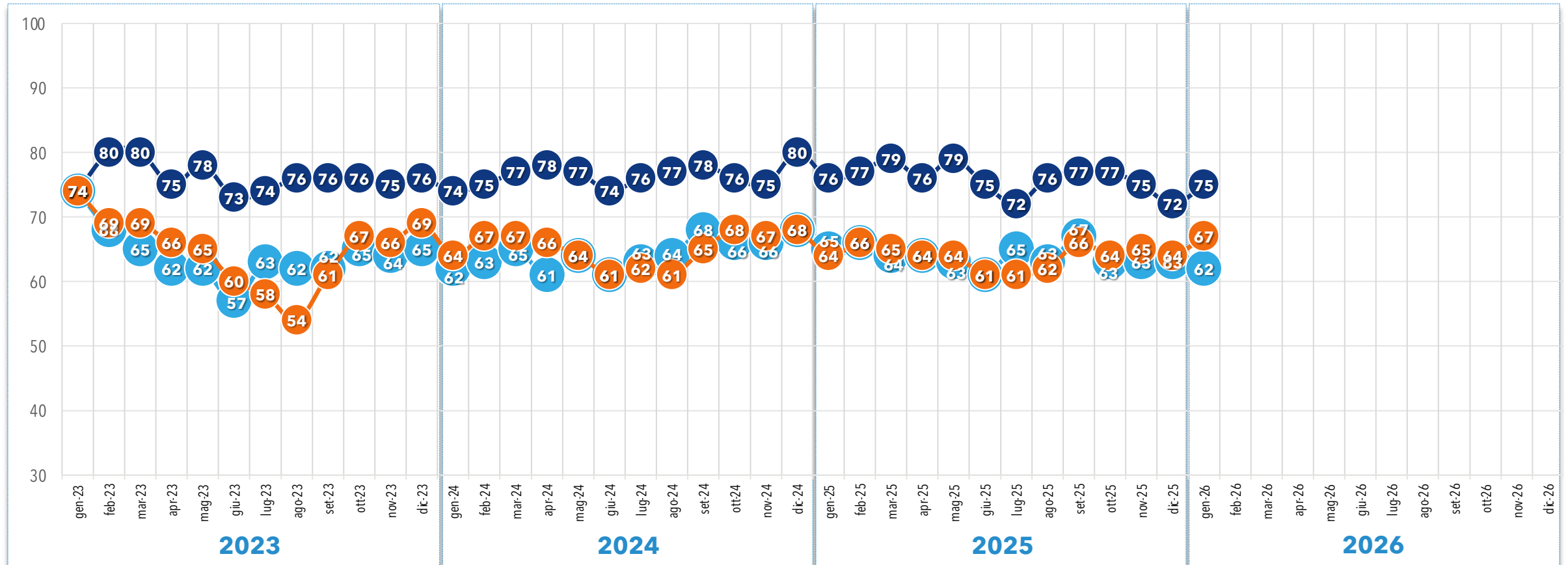
Percentuale di italiani che pensano di fare una vacanza nei 12 mesi successivi all'intervista - trend storico

% di italiani che pensano di fare una delle vacanze indicate nei 12 mesi successivi all'intervista

—●— Break (1-2 pernottamenti)

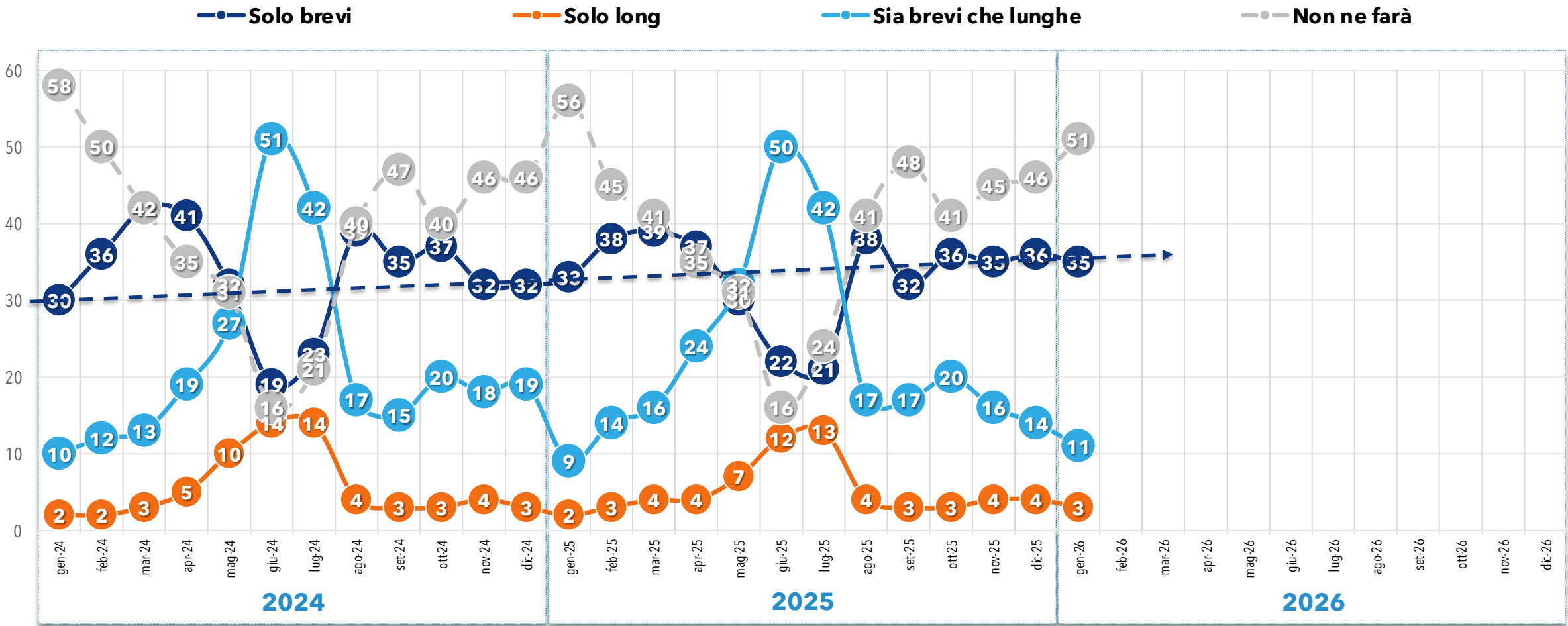
—●— Medium (3-5 pernottamenti)

—●— Long (almeno 6 pernottamenti)



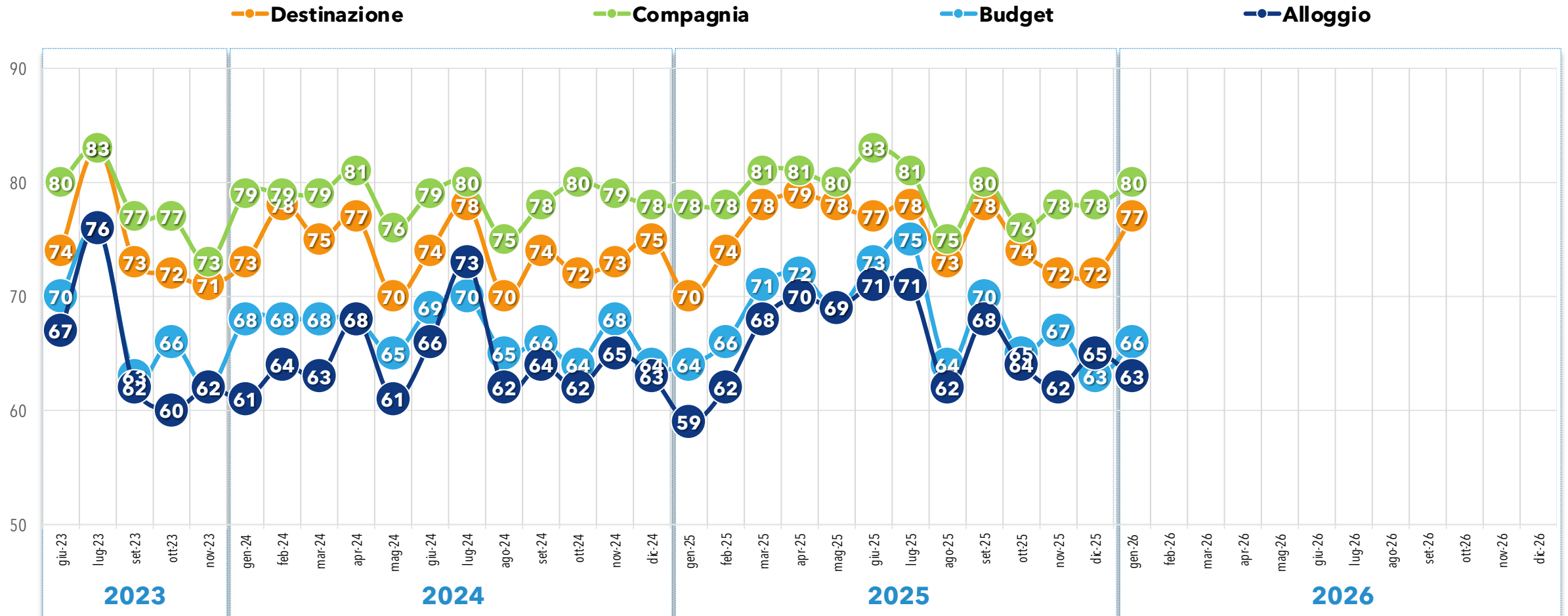
Percentuale di italiani che pensano di fare una vacanza nei tre mesi successivi all'intervista - trend storico

% di italiani che pensano di fare una delle vacanze indicate nei 3 mesi successivi all'intervista



La programmazione delle vacanze del trimestre - trend storico

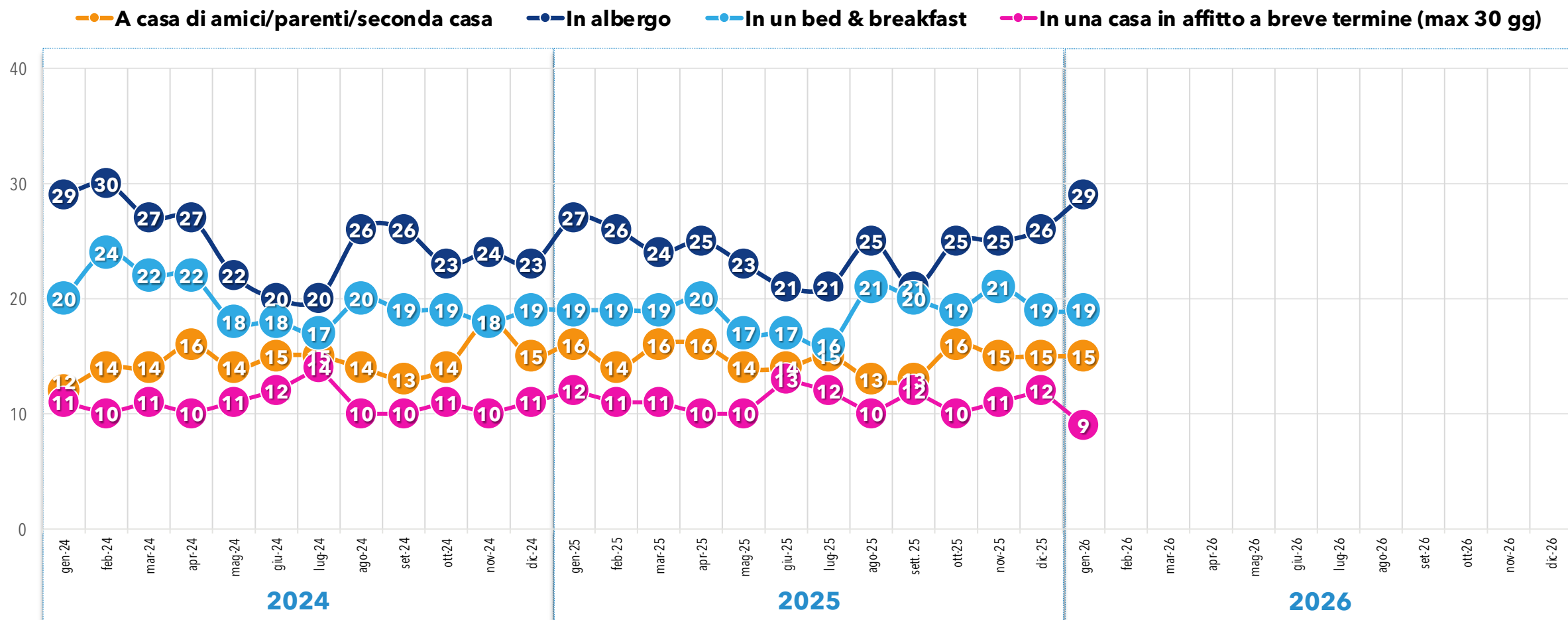
Concentriamoci ora sulle vacanze del prossimo trimestre. Per favore, indichi se ha già definito i seguenti aspetti



Le strutture ricettive - serie storica dato complessivo nel trimestre

(dato ripercenzualizzato)

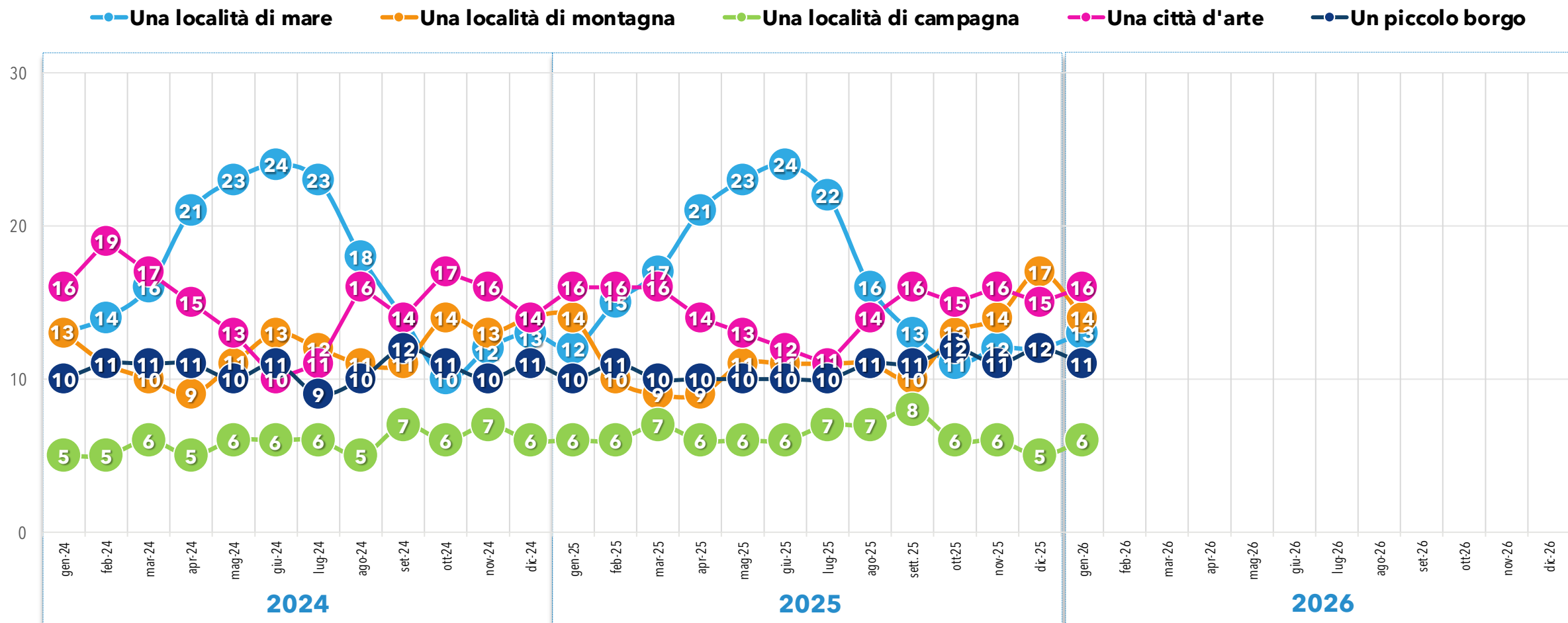
E dove ha pernottato/pensa di pernottare per le vacanze del prossimo trimestre?



Le destinazioni - serie storica dato complessivo nel trimestre

(dato ripercenzualizzato)

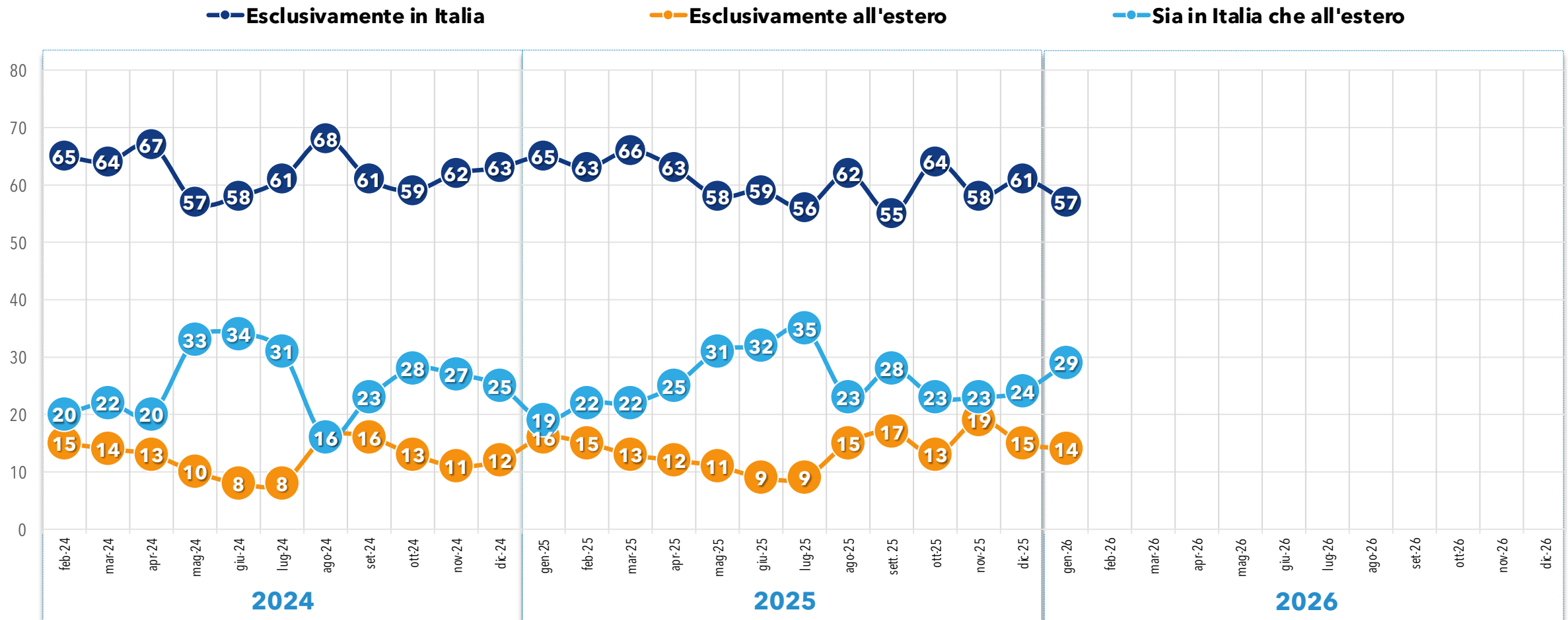
E dove ha pernottato/pensa di pernottare per le vacanze del prossimo trimestre?



La scelta tra Italia ed estero - serie storica dato complessivo nel trimestre

(dato ripercentralizzato)

Per le sue vacanze del prossimo trimestre dove è andato/a o pensa di andare?





"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan

Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- **PERSONE**. ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022. La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

SWG è iscritta al Registro di Trasparenza dell'UE, nel pieno rispetto degli standard di trasparenza definiti dalle istituzioni Europee (n. 364184999182-85).

TRIESTE

Via S. Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112

BRUSSELS

Square de Meeûs 35
Tel. +32 28939700

