



Turismo: il 64% degli italiani si sente meno sicuro rispetto a un anno fa, ma il 27% guarda ancora alle mete a lungo raggio

Come cambiano i viaggi nel 2026 secondo Airalo

- *Il 64% degli italiani dichiara di sentirsi meno sicuro oggi a viaggiare all'estero rispetto a un anno fa (70% donne vs 57% uomini)*
- *Per il 62% degli italiani il fattore decisivo per un viaggio è il costo, ma la sicurezza si consolida al secondo posto (44%)*
- *Le destinazioni a lungo raggio rimangono la scelta preferita per il 27% degli italiani, mentre l'8% non ha in programma viaggi per il 2026*

11 maggio 2026 - In un contesto internazionale segnato da crescenti tensioni e incertezze geopolitiche, il modo di viaggiare degli italiani sta attraversando una trasformazione profonda. A rivelarlo è **una nuova ricerca commissionata da [Airalo](#)** - marketplace di eSIM leader globale e primo unicorno del settore - e **condotta da YouGov** su un campione rappresentativo della popolazione italiana.

Geopolitica e viaggi: cresce la cautela, cambiano le scelte

L'instabilità internazionale non è più un fattore astratto, ma incide concretamente sulle decisioni di viaggio. **Il 64% degli italiani, infatti, dichiara di sentirsi meno sicuro oggi a viaggiare all'estero rispetto a un anno fa, con una percezione più marcata per le donne (70%) rispetto agli uomini (57%).** Appena il 4% si sente invece più sicuro.

Questo clima si traduce in comportamenti più prudenti: **quasi un italiano su cinque ha già cambiato destinazione, mentre una quota analoga sta valutando di farlo.** A questi si aggiunge un 31% che, pur confermando i propri piani, afferma di adottare un atteggiamento più cauto.

Come si distribuiscono le intenzioni degli italiani

Accanto alle mete tradizionali e di prossimità, una parte degli italiani continua a guardare oltre i confini europei, mentre altri scelgono temporaneamente di non viaggiare. Nel dettaglio, **il 27% prende in considerazione destinazioni extra-europee** – tra Americhe, Asia, Africa e Medio Oriente – a conferma di un interesse ancora vivo verso esperienze di lungo raggio anche in un contesto complesso come quello attuale. Parallelamente, **un ulteriore 8% dichiara di non avere in programma viaggi per il 2026.**

Generazioni a confronto: tra voglia di esplorare e percezione del rischio

Lo studio evidenzia una netta frattura generazionale. In particolare, Gen Z e Millennials, mostrano una maggiore apertura ai viaggi fuori dall'Italia, rimanendo però entro i confini europei: il 57% della Gen Z prende infatti in considerazione Paesi dell'Unione Europea, contro il 41% della Gen X e il 31% dei Baby Boomers. **Anche le destinazioni a lungo raggio risultano più attrattive per le nuove generazioni:** ad esempio il 10% della Gen Z e l'8% dei Millennials sono interessati all'Asia, rispetto ad appena il 5% dei Boomers.



Sono anche tra le generazioni più sensibili al contesto globale: **il 42% della Gen Z dichiara di essere stato influenzato dalla situazione geopolitica**, pur senza modificare i propri piani ma adottando maggiore cautela, **rispetto a circa il 29% di Gen X e Baby Boomers. I Millennials emergono invece come la fascia più “reattiva”, con il 22% che sta considerando attivamente di cambiare destinazione**, una quota superiore in confronto al 15% della Gen X e all’11% dei Baby Boomers.

Di contro, Gen X e Baby Boomers privilegiano viaggi domestici (fino al 77% tra i Boomers). I Baby Boomers risultano infatti i più colpiti in termini di percezione del rischio: il 36% si sente “molto meno sicuro” a viaggiare all’estero rispetto a un anno fa, contro il 18% della Gen Z.

Prezzo e sicurezza guidano le decisioni

Se il **costo complessivo del viaggio resta il principale driver di scelta** per la maggioranza degli italiani (**62%**), la **sicurezza del Paese di destinazione si consolida come secondo fattore chiave (44%)**.

Dall’analisi emerge come la stabilità politica, pur indicata complessivamente dal 15% degli intervistati, acquisisca un peso specifico maggiore tra chi valuta mete extra-europee, dove raggiunge il 21-24%.

I nuovi trend del turismo: flessibilità, controllo e connessione

Il sondaggio mostra un evidente cambiamento strutturale nel modo di viaggiare: cresce il bisogno di flessibilità nella pianificazione, aumenta l’attenzione alle informazioni in tempo reale e si rafforza la preferenza per destinazioni facilmente accessibili. In questo scenario, la connettività diventa un elemento sempre più centrale per affrontare imprevisti, restare informati e gestire il viaggio in modo dinamico. È in questa evoluzione che Airalo si inserisce come abilitatore della nuova esperienza turistica, offrendo soluzioni di connettività digitale immediate e affidabili in oltre 200 destinazioni.

“I dati del sondaggio mostrano chiaramente come gli italiani stiano cercando un nuovo equilibrio tra la voglia di esplorare e la necessità di sentirsi al sicuro”, commenta **Matteo Papa, Regional Director Europa di Airalo**. “Ad esempio, l’adozione dei nostri pacchetti con dati illimitati ha avuto un incremento del 340% solo nel 2026, segno che poter contare su strumenti che garantiscano connessione e controllo durante il viaggio non è più un optional, ma una componente essenziale dell’esperienza”.

Airalo

Airalo, fondata nel 2019 da Ahmet Bahadır Özdemir, è il più grande marketplace di eSIM al mondo e primo unicorno del settore. Offre pacchetti eSIM per oltre 200 destinazioni, consentendo ai viaggiatori di connettersi istantaneamente alle reti mobili, liberandoli dai limiti del roaming. Con milioni di utenti e un team diffuso in 55 paesi, Airalo sta rivoluzionando la connettività globale e dando potere ai viaggiatori di tutto il mondo.

Per saperne di più: www.airalo.com/it