

# OSSERVATORIO UNIPOL SULLA SOCIETÀ ITALIANA

**GLI ITALIANI E LE VACANZE 2024**

Report per



**LUGLIO 2024**



# NOTA METODOLOGICA

## Obiettivi della ricerca

Gli argomenti oggetto di approfondimento della prima rilevazione del 2024 sono :

- **1) Gli italiani e i soggiorni in vacanza**
- 2) Gli italiani, il ricorso a mutui e pagamenti a rate

## Metodologia

Interviste CAWI a popolazione italiana e abitanti delle principali aree metropolitane, di età 16-74 anni, così ripartite:

**Popolazione italiana  
16-74 anni**

**1.000** interviste a un campione nazionale rappresentativo della popolazione italiana di età 16-74 anni (rappresentativi di circa **44 milioni di individui**)

**Residenti nelle principali  
Aree Metropolitane  
italiane**

**720** interviste Over Sample in **9 Aree Metropolitane** (rappresentativi di oltre **13 milioni di individui**), con 80 interviste circa per ciascuna area:

- **Nord Italia:** Milano, Torino, Bologna, Verona
- **Centro Italia:** Firenze, Roma
- **Sud Italia:** Napoli, Bari, Cagliari

## Fieldwork

Le interviste sono state condotte tra il 19 e il 28 giugno 2024.

# Contenuti

**1**

Viaggi in programma  
per l'estate 2024

**2**

Preoccupazioni dei  
viaggiatori italiani  
per l'estate 2024

**3**

Driver di scelta delle  
strutture in cui  
soggiornare

**4**

Modalità di  
pagamento in  
viaggio

**5**

Modalità di  
pagamento dei  
pedaggi autostradali

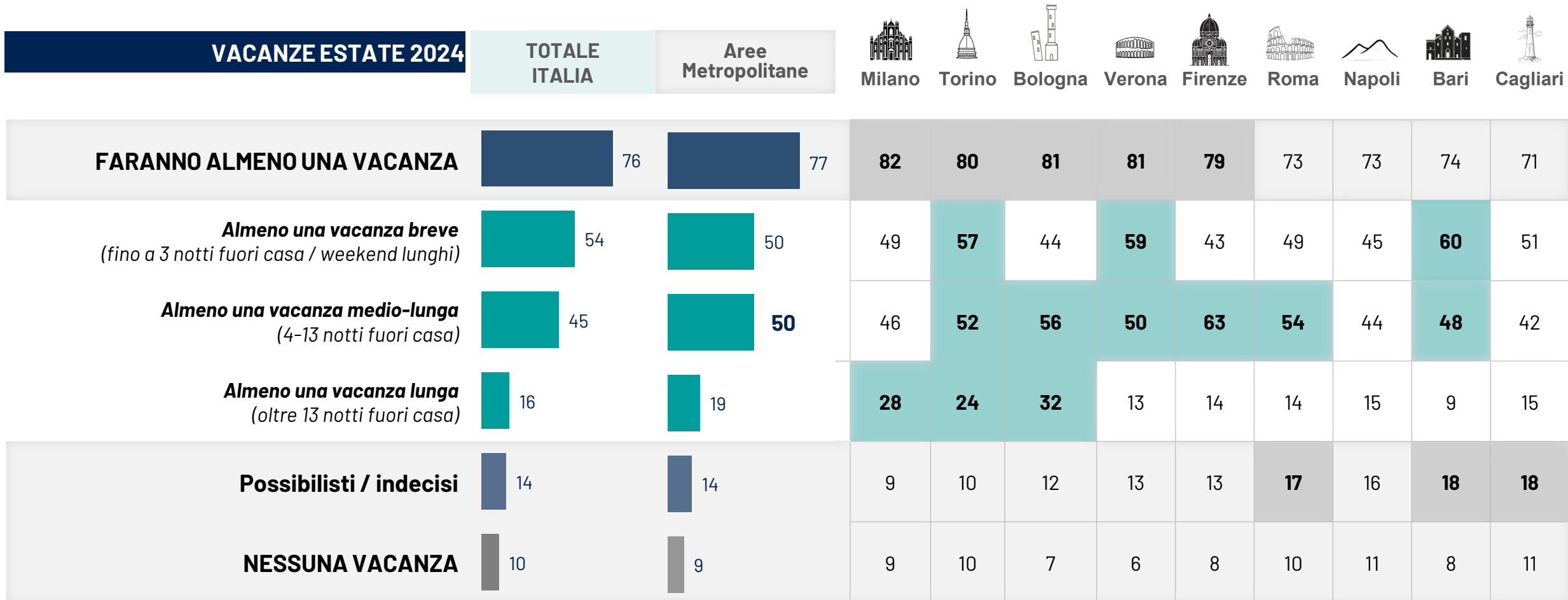
**6**

Key points

# 1. VIAGGI E VACANZE IN PROGRAMMA PER L'ESTATE 2024

# 3 ITALIANI SU 4 FARANNO ALMENO UNA VACANZA NELL'ESTATE 2024, UN ALTRO 14% È INDECISO; SOLO IL 10% SICURAMENTE NON VIAGGERÀ

Nelle aree metropolitane del Nord e del Centro (ad eccezione di Roma) si concentrano le percentuali più alte di viaggiatori estivi. L'orientamento prevalente è per vacanze brevi (54%), seguite dalle medio-lunghe (45%); solo il 16% starà via due o più settimane (soprattutto tra bolognesi, milanesi e torinesi).





# SONO SOPRATTUTTO I PIÙ GIOVANI AD AVERE IN PROGRAMMA UNA VACANZA ESTIVA, ANCHE SE BREVE

Tra la Gen X si accentua la quota di quanti sono ancora aperti alla possibilità di una vacanza (17%); tra i Boomers, il 16% sicuramente non farà nessuna vacanza nell'estate 2024

## VACANZE ESTATE 2024

### TOTALE ITALIA



**Generazione Z**  
(16-28 anni)



**Millennials**  
(29-43 anni)



**Generazione X**  
(44-59 anni)



**Baby Boomers**  
(60-79 anni)

|  | TOTALE ITALIA | Generazione Z (16-28 anni) | Millennials (29-43 anni) | Generazione X (44-59 anni) | Baby Boomers (60-79 anni) |
|--|---------------|----------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|
| <b>FARANNO ALMENO UNA VACANZA</b>  | 76            | 78                         | <b>79</b>                | 74                         | 70                        |
| <b>Almeno una vacanza breve</b><br><i>(fino a 3 notti fuori casa / weekend lunghi)</i> | 54            | <b>61</b>                  | <b>59</b>                | 51                         | 45                        |
| <b>Almeno una vacanza medio-lunga</b><br><i>(4-13 notti fuori casa)</i>                | 45            | 41                         | 46                       | <b>48</b>                  | 41                        |
| <b>Almeno una vacanza lunga</b><br><i>(oltre 13 notti fuori casa)</i>                  | 16            | 18                         | 18                       | 14                         | 15                        |
| <b>Possibilisti / indecisi</b>   | 14            | 13                         | 12                       | <b>17</b>                  | 14                        |
| <b>NESSUNA VACANZA</b>   | 10            | 9                          | 9                        | 9                          | <b>16</b>                 |

# DIFFICOLTÀ ECONOMICHE O PERSONALI SONO I PRINCIPALI MOTIVI PER I QUALI GLI ITALIANI NON FARANNO VACANZE

In un caso su 4 i motivi della mancata vacanza sono legati al periodo: il 15% solitamente non viaggia tra luglio e settembre, il 9% dichiara di aver già fatto vacanze nei mesi precedenti

| PERCHÉ NON FARANNO VACANZE ESTATE 2024                  | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano | Torino | Bologna | Verona | Firenze | Roma | Napoli | Bari | Cagliari |
|---|---------------|--------------------|--------|--------|---------|--------|---------|------|--------|------|----------|
|   |               |                    | 18%*   | 20%*   | 19%*    | 19%*   | 21%*    | 27%* | 27%*   | 26%* | 29%*     |
| <b>Chi è indeciso / sicuramente non farà vacanze</b>    | 24%           | 23%                |        |        |         |        |         |      |        |      |          |
| Per difficoltà/problemi economici                       | 45            | 48                 | 75     | 18     | 48      | 41     | 65      | 54   | 45     | 35   | 29       |
| Per difficoltà/problemi personali (miei o di familiari) | 31            | 21                 | 5      | 37     | 12      | 24     | 16      | 27   | 15     | 17   | 35       |
| Solitamente non faccio vacanze in questo periodo        | 15            | 14                 | 5      | 26     | 16      | 20     | 10      | 14   | 10     | 24   | 12       |
| Non ho giorni/ferie/tempo libero                        | 13            | 16                 | 1      | 1      | 7       | 31     | 3       | 20   | 33     | 5    | 26       |
| Ho già fatto vacanze nei mesi precedenti                | 9             | 7                  | 11     | 16     | 17      | 3      | 15      | 1    | 6      | 0    | 14       |

Possibili più risposte

\* Basi molto esigue, lettura qualitativa dei dati

# I PROBLEMI ECONOMICI FRENANO SOPRATTUTTO I VIAGGI DEI BABY BOOMERS CHE NON FARANNO VACANZE QUESTA ESTATE

Anche tra la Gen X prevalgono motivi economici e personali; per Gen Z e Millennials si accentuano la mancanza di ferie/tempo, oppure il periodo, come motivazioni per non viaggiare quest'estate

## PERCHÉ NON FARANNO VACANZE ESTATE 2024

TOTALE  
ITALIA



Generazione Z  
(16-28 anni)



Millennials  
(29-43 anni)



Generazione X  
(44-59 anni)



Baby Boomers  
(60-79 anni)

### Chi è indeciso / sicuramente non farà vacanze










|  | TOTALE<br>ITALIA | Generazione Z<br>(16-28 anni) | Millennials<br>(29-43 anni) | Generazione X<br>(44-59 anni) | Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|--|------------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Per difficoltà/problemi economici                          | 45               | 42                            | 37                          | 47                            | <b>54</b>                    |
| Per difficoltà/problemi personali<br>(miei o di familiari) | 31               | 15                            | 24                          | <b>42</b>                     | 33                           |
| Solitamente non faccio vacanze<br>in questo periodo        | 15               | <b>21</b>                     | <b>18</b>                   | 10                            | 16                           |
| Non ho giorni/ferie/tempo libero                           | 13               | <b>21</b>                     | <b>24</b>                   | 6                             | 7                            |
| Ho già fatto vacanze nei mesi precedenti                   | 9                | <b>14</b>                     | 9                           | 9                             | 2                            |

Possibili più risposte







# TRA CHI VIAGGERÀ, LA META DELLE VACANZE 2024 SARÀ L'ITALIA (66%); 2 SU 10 ANDRANNO IN EUROPA

Sono soprattutto fiorentini, torinesi e cagliaritari a scegliere l'Europa come destinazione. L'extra EU si accentua invece tra milanesi, torinesi, baresi; la crociera tra i romani

| META DELLA VACANZA PRINCIPALE ESTATE 2024 | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   |               |                    | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
| <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i>   |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| In Italia                                 | 66            | 62                 | 66  | 50  | 65  | 65  | 53  | 62  | <b>71</b>   | 57  | 55  |
| All'estero, in Europa                     | 19            | 20                 | 14  | <b>29</b>   | <b>23</b>   | 17  | <b>30</b>   | 20  | 13  | <b>25</b>   | <b>27</b>   |
| All'estero, in Paesi extra-europei        | 8             | 11                 | <b>14</b>   | <b>13</b>   | 10  | 10  | 9   | 10  | 11  | <b>12</b>   | 9   |
| Andrò in crociera                         | 2             | 3                  | 2   | 3   | -   | 1   | 2   | <b>6</b>  | 1   | 3   | 3   |
| Non ho ancora deciso                      | 5             | 4                  | 4   | 5   | 2   | 7   | 6   | 2   | 4   | 3   | 6   |










# L'ITALIA È SCELTA COME DESTINAZIONE PER LE VACANZE SOPRATTUTTO DAI BABY BOOMERS

LA Gen Z, invece, accentua i viaggi in paesi extra europei

| META DELLA VACANZA PRINCIPALE ESTATE 2024 |    | TOTALE ITALIA | <br>Generazione Z<br>(16-28 anni) | <br>Millennials<br>(29-43 anni) | <br>Generazione X<br>(44-59 anni) | <br>Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|---|----|---------------|--|--|--|---|
| <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i>   |    |               |  |  |  |   |
| In Italia                                 | 66 | 58            | 65   | 66   | <b>71</b>  |   |
| All'estero, in Europa                     | 19 | 20            | 18   | 20   | 19   |   |
| All'estero, in Paesi extra-europei        | 8  | <b>12</b>     | 9  | 7  | 4  |   |
| Andrò in crociera                         | 2  | 2             | 3  | 2  | 2  |   |
| <i>Non ho ancora deciso</i>               | 5  | 8             | 5  | 5  | 4  |   |





# LE VACANZE 2024 SARANNO DI MARE PER OLTRE UN ITALIANO CHE VIAGGERÀ SU DUE, SEGUONO LE VACANZE «CULTURALI»; LA MONTAGNA È TERZA

Il mare è preferito da napoletani, torinesi, veronesi e milanesi, mentre le vacanze «culturali» attraggono soprattutto cagliaritari e fiorentini. Montagna e collina più ricercate da baresi, romani (montagna) e bolognesi (collina)

| TIPO DI VACANZA PRINCIPALE ESTATE 2024   | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i>  |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Prevalentemente di mare  | 53            | 58                 | 59  | 72  | 55  | 67  | 52  | 52  | 74  | 29  | 35  |
| Prevalentemente legata alla visita di città, borghi, zone archeologiche, castelli... | 25            | 19                 | 17  | 13  | 16  | 16  | 35  | 17  | 17  | 28  | 48  |
| Prevalentemente di montagna  | 12            | 13                 | 13  | 5   | 12  | 11  | 5   | 18  | 7   | 26  | 13  |
| Prevalentemente di collina, campagna, lago   | 7             | 7                  | 9   | 7   | 17  | 5   | 6   | 7   | 1   | 14  | 1   |
| Crociera   | 3             | 3                  | 2   | 3   | 0   | 1   | 2   | 6   | 1   | 3   | 3   |

# IL MARE È LA PRIMA SCELTA INDIPENDENTEMENTE DALL'ETÀ, ANCHE SE È PIÙ APPREZZATO DALLA GEN X

I Baby Boomers gradiscono in misura maggiore rispetto alle altre generazioni il fresco della montagna (18% farà lì la vacanza principale del 2024). Le vacanze «culturali» sono decisamente trasversali alle età

| TIPO DI VACANZA PRINCIPALE ESTATE 2024   | TOTALE ITALIA |  |  |  |  |
|--|---------------|---|---|---|---|
|  |               | Generazione Z<br>(16-28 anni)   | Millennials<br>(29-43 anni)   | Generazione X<br>(44-59 anni)   | Baby Boomers<br>(60-79 anni)  |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>  |               |   |   |   |   |
| Prevalentemente di mare  | 53            | 50  | 54  | <b>59</b>   | 46  |
| Prevalentemente legata alla visita di città, borghi, zone archeologiche, castelli... | 25            | 25  | 25  | 24  | 25  |
| Prevalentemente di montagna  | 12            | 16  | 11  | 8   | <b>18</b>   |
| Prevalentemente di collina, campagna, lago   | 7             | 6   | 7   | 7   | 9   |
| Crociera   | 3             | 3   | 3   | 2   | 2   |

# IN GENERALE, CHI SCEGLIE LA MONTAGNA COME DESTINAZIONE È GUIDATO MAGGIORMENTE DALLA RICERCA DI UN CONTATTO CON LA NATURA










Chi sceglie il mare, più spesso che per le altre destinazioni, è guidato dai prezzi convenienti. Chi preferisce città e borghi lo fa anche per visitare musei e monumenti, oltre che per far visita a parenti o amici

| MOTIVI SCELTA META<br>Motivazione principale                   | TOTALE ITALIA | TIPO VACANZA            |                             |  |  |
|--|---------------|-------------------------|-----------------------------|--|--|
|  |               | Prevalentemente di mare | Prevalentemente di montagna | Prevalentemente di collina, campagna, lago | Prevalentemente legata alla visita di città, borghi, castelli... |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                        |               |                         |                             |  |  |
| La natura/il paesaggio   | 29            | 31                      | 50                          | 24   | 17   |
| La visita a parenti o amici                                    | 15            | 14                      | 7                           | 25   | 18   |
| I prezzi convenienti   | 11            | 16                      | 6                           | 7  | 7  |
| La presenza di palazzi, monumenti, musei specifici             | 9             | 1                       | 4                           | 10   | 25   |
| Il relax (terme, spa, massaggi)                                | 9             | 11                      | 5                           | 11   | 3  |
| L'eno-gastronomia  | 4             | 4                       | 6                           | 7  | 4  |
| La qualità delle strutture                                     | 4             | 5                       | 4                           | 3  | 3  |
| L'esclusività e la ricercatezza della scelta                   | 3             | 3                       | 4                           | 1  | 4  |
| La visita di attrazioni (parchi tematici, avventura, zoo, ...) | 3             | 3                       | 4                           | 1  | 4  |
| I club, le discoteche, la movida                               | 2             | 3                       | 2                           | 0  | 1  |
| La partecipazione ad eventi o festival                         | 2             | 1                       | 2                           | 3  | 3  |
| Le attività sportive   | 2             | 1                       | 3                           | 6  | 1  |
| La visita a mete per motivi spirituali / religiosi             | 2             | 1                       | 0                           | 2  | 5  |

Altro 5%

# LA CITTÀ DI PROVENIENZA DIFFERENZIA MOLTO I DESIDERATA DELLA VACANZA: IL CONTATTO CON LA NATURA È PIÙ RICERCATO DA ROMANI, VERONESI E BARESÌ

I napoletani e cagliaritari (ma anche fiorentini e milanesi) spesso uniscono la vacanza alla visita a parenti e amici. Per fiorentini e napoletani la meta è scelta anche in funzione delle offerte/ prezzi convenienti. I bolognesi sono i più attratti dalla qualità delle strutture





| Motivazione principale   | MOTIVI SCELTA META | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|--------------------|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |                    |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                        |                    |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| La natura/il paesaggio   | 29                 | 28            | 30                 | 23  | 25  | <b>39</b>   | 25  | <b>40</b>   | 14  | <b>33</b>   | 15  |   |
| La visita a parenti o amici                                    | 15                 | 16            | <b>20</b>          | 13  | 17  | 8   | <b>19</b>   | 11  | <b>25</b>   | 8   | <b>24</b>   |   |
| I prezzi convenienti   | 11                 | 12            | 12                 | 11  | 10  | 13  | <b>19</b>   | 9   | <b>16</b>   | 9   | 6   |   |
| La presenza di palazzi, monumenti, musei specifici             | 9                  | 6             | 6                  | 6   | 12  | 4   | 9   | 5   | 2   | 11  | <b>17</b>   |   |
| Il relax (terme, spa, massaggi)                                | 9                  | 9             | 6                  | 9   | 4   | <b>17</b>   | 6   | 8   | <b>17</b>   | 8   | 6   |   |
| L'eno-gastronomia  | 4                  | 3             | 1                  | 5   | 7   | 3   | 6   | 1   | 4   | 6   | 2   |   |
| La qualità delle strutture                                     | 4                  | 4             | 3                  | 4   | <b>10</b>   | 3   | 3   | 5   | 6   | 1   | 6   |   |
| L'esclusività e la ricercatezza della scelta                   | 3                  | 3             | <b>6</b>           | 3   | 3   | 2   | 5   | 1   | 2   | 2   | 5   |   |
| La visita di attrazioni (parchi tematici, avventura, zoo, ...) | 3                  | 2             | 3                  | 2   | 2   | -   | 4   | -   | -   | <b>9</b>  | 3   |   |
| I club, le discoteche, la movida                               | 2                  | 5             | <b>6</b>           | 3   | 1   | 1   | 1   | <b>7</b>  | <b>7</b>  | 3   | 1   |   |
| La partecipazione ad eventi o festival                         | 2                  | 4             | 3                  | <b>6</b>  | 3   | 1   | -   | 4   | 4   | 4   | <b>5</b>  |   |
| Le attività sportive   | 2                  | 2             | 1                  | <b>6</b>  | 1   | 1   | -   | 1   | -   | -   | <b>5</b>  |   |
| La visita a mete per motivi spirituali / religiosi             | 2                  | 1             | -                  | 1   | -   | 1   | -   | 1   | 1   | 1   | 0   |   |

Altro 5%



# LA NATURA È RICERCATA SOPRATTUTTO DALLA GEN X; MILLENNIALS I PIÙ ATTENTI AI PREZZI

I Baby Boomers scelgono la meta anche per visitare monumenti o musei. All'opposto, la Gen Z mostra il maggiore interesse per il relax (terme, SPA, ecc.) e – naturalmente – per la movida

| Motivazione principale | MOTIVI SCELTA META   | TOTALE ITALIA |  Generazione Z (16-28 anni) |  Millennials (29-43 anni) |  Generazione X (44-59 anni) |  Baby Boomers (60-79 anni) |
|------------------------|--|---------------|--|--|--|---|
|                        | <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i>                        |               |  |  |  |   |
|                        | La natura/il paesaggio   | 29            | 22   | 26   | <b>35</b>  | 31  |
|                        | La visita a parenti o amici                                    | 15            | 15   | 13   | 15   | 15  |
|                        | I prezzi convenienti   | 11            | 8  | <b>15</b>  | 11   | 12  |
|                        | La presenza di palazzi, monumenti, musei specifici             | 9             | 9  | 7  | 8  | <b>14</b>   |
|                        | Il relax (terme, spa, massaggi)                                | 9             | <b>12</b>  | 9  | 7  | 7   |
|                        | L'eno-gastronomia  | 4             | 4  | 5  | 5  | 3   |
|                        | La qualità delle strutture                                     | 4             | 4  | 5  | 2  | 5   |
|                        | L'esclusività e la ricercatezza della scelta                   | 3             | 5  | 2  | 3  | 3   |
|                        | La visita di attrazioni (parchi tematici, avventura, zoo, ...) | 3             | 3  | <b>6</b>   | 2  | -   |
|                        | I club, le discoteche, la movida                               | 2             | <b>8</b>   | 2  | 1  | -   |
|                        | La partecipazione ad eventi o festival                         | 2             | 3  | 2  | 2  | -   |
|                        | Le attività sportive   | 2             | 1  | 3  | 2  | -   |
|                        | La visita a mete per motivi spirituali / religiosi             | 2             | 3  | 2  | 1  | 1   |
|                        | Altro 5%   |               |  |  |  |   |

# L'AUTOMOBILE È IL MEZZO PRINCIPALE CON CUI GLI ITALIANI RAGGIUNGERANNO LA META DELLE VACANZE, SCELTA DA 1 VIAGGIATORE ESTIVO SU 2

L'automobile è scelta come mezzo di trasporto soprattutto da napoletani e veronesi per raggiungere la propria meta.

Tra chi vive a Firenze, Torino, Verona (oltre naturalmente a Cagliari) si registra la maggior quota di chi viaggerà in aereo.

Tra i milanesi che viaggeranno, uno su cinque partirà in treno

| MEZZO UTILIZZATO PER LO SPOSTAMENTO   |            | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano    | Torino    | Bologna  | Verona    | Firenze   | Roma     | Napoli    | Bari     | Cagliari  |
|---|------------|---------------|--------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i>   |            |               |                    |           |           |          |           |           |          |           |          |           |
| Tra chi ha scelto l'Italia come meta: il <b>67%</b> raggiungerà la località in auto | In auto    | 52            | 51                 | 46        | 52        | 53       | <b>56</b> | 48        | 53       | <b>64</b> | 44       | 29        |
|   | In aereo   | 29            | 31                 | 29        | <b>33</b> | 25       | <b>33</b> | <b>35</b> | 29       | 26        | 31       | <b>59</b> |
|   | In treno   | 10            | 10                 | <b>20</b> | 8         | 12       | 6         | <b>13</b> | 7        | 5         | 5        | 5         |
|   | Crociera   | 3             | 3                  | 2         | 3         | 0        | 1         | 2         | <b>6</b> | 1         | 3        | 3         |
|   | In pullman | 2             | 2                  | 1         | 1         | <b>5</b> | 2         | 2         | 2        | 1         | 4        | 3         |
|   | In camper  | 2             | 2                  | 2         | 3         | 4        | 1         | 0         | 2        | 3         | <b>5</b> | 1         |
|   | In moto    | 2             | 1                  | 0         | 0         | 1        | 1         | 0         | 1        | 0         | <b>8</b> | 0         |

# L'AUTOMOBILE È SCELTA SOPRATTUTTO DAI BABY BOOMERS, MENTRE TRA I PIÙ GIOVANI È SOPRA MEDIA CHI VIAGGERÀ IN AEREO (SOPRATTUTTO LA GEN Z)

L'età non differenzia invece la scelta del treno, stabile al 10% per tutte le generazioni



**Generazione Z**  
(16-28 anni)



**Millennials**  
(29-43 anni)



**Generazione X**  
(44-59 anni)



**Baby Boomers**  
(60-79 anni)

| MEZZO UTILIZZATO PER LO SPOSTAMENTO     | TOTALE ITALIA | Generazione Z<br>(16-28 anni) | Millennials<br>(29-43 anni) | Generazione X<br>(44-59 anni) | Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|---|---------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| <i>Faranno vacanze nell'estate 2024</i> |               |                               |                             |                               |                              |
| In auto                                 | 52            | 41                            | 51                          | 53                            | <b>65</b>                    |
| In aereo                                | 29            | <b>36</b>                     | <b>31</b>                   | 28                            | 20                           |
| In treno                                | 10            | 10                            | 10                          | 10                            | 11                           |
| Crociera                                | 3             | 3                             | 3                           | 2                             | 2                            |
| In pullman                              | 2             | 3                             | 2                           | 3                             | -                            |
| In camper                               | 2             | 3                             | 1                           | 3                             | 2                            |
| In moto                                 | 2             | 4                             | 2                           | 1                             | -                            |










# L'HOTEL/B&B/AGRITURISMO È LA SOLUZIONE DI ALLOGGIO PIÙ RICERCATA, SOPRATTUTTO TRA CHI VISITERÀ CITTÀ O BORGHI

Tra chi farà vacanze al mare o in montagna, sale la quota di quanti andranno in una casa in affitto (quasi 1 su 4). Tra chi farà le vacanze in campagna/collina, si accentua chi soggiognerà nella casa di famiglia o da parenti/amici o in Couch surfing

| ALLOGGIO  | TOTALE ITALIA | TIPO VACANZA            |                             |  |   |
|---|---------------|-------------------------|-----------------------------|--|---|
|   |               | Prevalentemente di mare | Prevalentemente di montagna | Prevalentemente di collina, campagna, lago | Prevalentemente legata alla visita di città, borghi, castelli |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                           |               |                         |                             |  |   |
| In hotel / Bed & Breakfast / Agriturismo                          | 47            | 44                      | 47                          | 48   | <b>59</b>   |
| In una casa in affitto  | 18            | <b>23</b>               | <b>23</b>                   | 7  | 13  |
| In una casa di proprietà della famiglia                           | 10            | 12                      | 8                           | <b>14</b>                                  | 7   |
| Presso parenti o amici  | 9             | 8                       | 7                           | <b>12</b>                                  | 10  |
| In un villaggio turistico   | 6             | 8                       | 4                           | 0  | 4   |
| In campeggio  | 3             | 2                       | 2                           | <b>9</b>                                   | 2   |
| Crociera  | 3             | -                       | -                           | -  | -   |
| Couch surfing<br>(ospitalità condivisa in casa con altre persone) | 1             | 0                       | 1                           | <b>7</b>                                   | 1   |
| In camper in libertà (senza andare in un campeggio)               | 1             | 1                       | <b>5</b>                    | 2  | 1   |
| Non sa/non ha ancora deciso                                       | 2             | 2                       | 3                           | 1  | 3   |















# L'HOTEL/B&B/AGRITURISMO È L'OPZIONE PIÙ SCELTA TRA CHI VIVE NELLE AREE METROPOLITANE, SEGUONO LE CASE IN AFFITTO

La scelta di soggiornare in hotel e B&B è più diffusa tra i baresi. Tra chi vive a Verona, Napoli e Milano si accentua chi la quota di chi prenderà una casa in affitto. Tra bolognesi e fiorentini è sopra media chi alloggerà in una casa di proprietà della famiglia

| ALLOGGIO   | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                        |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| In hotel / Bed & Breakfast / Agriturismo                       | 47            | 42                 | 42  | 41  | 37  | 45  | 41  | 45  | 27  | <b>60</b>   | 48  |
| In una casa in affitto   | 18            | 19                 | <b>21</b>   | 19  | 19  | <b>24</b>   | 13  | 20  | <b>23</b>   | 13  | 11  |
| In una casa di proprietà della famiglia                        | 10            | 13                 | 12  | <b>14</b>   | <b>19</b>   | 11  | <b>18</b>   | 11  | <b>14</b>   | 5   | <b>13</b>   |
| Presso parenti o amici   | 9             | 9                  | 10  | <b>15</b>   | 7   | 3   | 9   | 5   | 10  | 6   | <b>18</b>   |
| In un villaggio turistico                                      | 6             | 7                  | 4   | 3   | 1   | <b>9</b>  | <b>12</b>   | 5   | <b>19</b>   | 4   | 3   |
| In campeggio   | 3             | 3                  | 2   | -   | <b>13</b>   | 5   | 1   | 4   | 2   | <b>6</b>  | 4   |
| Crociera   | 3             | 3                  | 2   | 3   | 0   | 1   | 2   | <b>6</b>  | 1   | 3   | 3   |
| Couch surfing (ospitalità condivisa in casa con altre persone) | 1             | 1                  | 2   | 1   | 1   | 1   | 3   | 1   | 1   | 1   | -   |
| In camper in libertà (senza andare in un campeggio)            | 1             | 1                  | 1   | 2   | 1   | -   | 1   | 2   | -   | 1   | -   |
| Non sa/non ha ancora deciso                                    | 2             | 2                  | 4   | 2   | 2   | 1   | -   | 1   | 3   | 1   | -   |

# HOTEL/B&B/AGRITURISMI SONO RICERCATI SOPRATTUTTO DAI BOOMERS, MENTRE LA CASA IN AFFITTO DAI MILLENNIALS

A sfruttare case di famiglia sono soprattutto i Baby Boomers. La Gen X, invece, sceglie più della media di stare da parenti o amici

| ALLOGGIO   | TOTALE ITALIA   |  Generazione Z<br>(16-28 anni) |  Millennials<br>(29-43 anni) |  Generazione X<br>(44-59 anni) |  Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|--|---|---|---|---|--|
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                        |   |   |   |   |  |
| In hotel / Bed & Breakfast / Agriturismo                       |  47 | 45  | 45  | 46  | <b>53</b>  |
| In una casa in affitto   |  18 | 16  | <b>24</b>   | 18  | 15   |
| In una casa di proprietà della famiglia                        |  10 | 12  | 9   | 8   | <b>14</b>  |
| Presso parenti o amici   |  9   | 6   | 7   | <b>12</b>   | 7  |
| In un villaggio turistico                                      |  6   | 8   | 4   | 8   | 3  |
| In campeggio   |  3  | 2   | 3   | 3   | 2  |
| Crociera   |  3 | 3   | 3   | 2   | 2  |
| Couch surfing (ospitalità condivisa in casa con altre persone) |  1 | 2   | 2   | -   | -  |
| In camper in libertà (senza andare in un campeggio)            |  1 | 3   | 1   | 1   | 2  |
| Non sa/non ha ancora deciso                                    |  2 | 3   | 2   | 2   | 2  |



# 4 SU 10 HANNO PRENOTATO LE VACANZE SU INTERNET, QUASI 2 SU 10 HANNO CONTATTATO DIRETTAMENTE LA STRUTTURA; 1 SU 10 HA USATO UN'AGENZIA DI VIAGGI

Su internet sono stati prenotati oltre la metà dei soggiorni in hotel&simili. Il contatto diretto con la struttura è utilizzato soprattutto da chi sceglie campeggi e case in affitto. L'agenzia di viaggi resta forte sui villaggi turistici, anche se seconda a internet

| DOVE HA EFFETTUATO LA PRENOTAZIONE/PRENOTERÀ                                 | TOTALE ITALIA | ALLOGGIO               |                                      |                             |                |
|--|---------------|------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|----------------|
|  |               | In una casa in affitto | In hotel/ Bed&Breakfast/ Agriturismo | In un villaggio turistico * | In campeggio * |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>                                      |               |                        |                                      |                             |                |
| Su <b>internet</b> , in un portale di viaggi                                 | 35            | 39                     | 52                                   | 37                          | 22             |
| Non ho avuto bisogno di prenotare (seconda casa - amici - libertà in camper) | 20            | 0                      | 0                                    | 0                           | 0              |
| Contattando direttamente la struttura  | 18            | 33                     | 23                                   | 7                           | 39             |
| In agenzia viaggi  | 9             | 5                      | 11                                   | 27                          | 1              |
| Su <b>internet</b> sul sito web del tour operator/ la compagnia di crociere  | 5             | 6                      | 6                                    | 8                           | 14             |
| Contattando direttamente il tour operator/ la compagnia di crociere          | 5             | 5                      | 3                                    | 14                          | 6              |
| Tipo di alloggio non ancora deciso   | 2             | 0                      | 0                                    | 0                           | 0              |
| Non prenoto  | 2             | 2                      | 1                                    | 4                           | 18             |
| Se ne è occupato qualcun altro/Non sa/ Non ricorda                           | 1             | 3                      | 1                                    | 0                           | 0              |
| Non so   | 3             | 7                      | 3                                    | 3                           | 0              |

\* Basi molto esigue, lettura qualitativa dei dati





# INTERNET È LO STRUMENTO PIÙ USATO PER LE PRENOTAZIONI NELLE AREE METROPOLITANE, SOPRATTUTTO TRA VERONESI, CAGLIARITANI E BARESÌ

Quasi 1 su 4 di chi risiede nelle aree metropolitane e viaggerà, lo farà senza prenotare, appoggiandosi a seconde case o case di amici, oppure viaggiando in libertà con il camper (soprattutto tra torinesi e cagliaritani)

| DOVE HA EFFETTUATO LA PRENOTAZIONE/PRENOTERÀ  | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Città     |           |           |           |           |           |           |           |           |  |
|---|---------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
|   |               |                    | Milano    | Torino    | Bologna   | Verona    | Firenze   | Roma      | Napoli    | Bari      | Cagliari  |  |
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>   |               |                    |           |           |           |           |           |           |           |           |           |  |
| Su <b>internet</b> , in un portale di viaggi  | 35            | 33                 | 30        | 35        | 24        | <b>47</b> | 34        | 29        | 32        | <b>41</b> | <b>45</b> |  |
| <i>Non ho avuto bisogno di prenotare (seconda casa - amici - libertà in camper)</i> | 20            | <b>23</b>          | <b>23</b> | <b>32</b> | <b>27</b> | 14        | <b>28</b> | 18        | <b>24</b> | 11        | <b>31</b> |  |
| Contattando direttamente la struttura   | 18            | 20                 | 20        | 16        | 19        | 20        | <b>22</b> | <b>27</b> | 15        | <b>21</b> | 10        |  |
| In agenzia viaggi   | 10            | 7                  | 8         | 7         | 4         | 3         | 6         | 6         | 8         | 10        | 4         |  |
| Su <b>internet</b> sul sito web del tour operator/ la compagnia di crociere         | 5             | 4                  | 3         | 5         | <b>10</b> | 6         | 5         | 4         | 2         | 6         | 5         |  |
| Contattando direttamente il tour operator/ la compagnia di crociere                 | 5             | 7                  | <b>9</b>  | 2         | 7         | 4         | 2         | <b>9</b>  | <b>9</b>  | <b>10</b> | 5         |  |
| Tipo di alloggio non ancora deciso  | 2             | 2                  | 4         | 2         | 2         | 1         | -         | 1         | 3         | 1         | -         |  |
| <i>Non prenoto</i>  | 2             | 1                  | -         | -         | 3         | 1         | -         | 3         | 1         | 2         | -         |  |
| <i>Se ne è occupato qualcun altro/Non sa/ Non ricorda</i>                           | 1             | 1                  | -         | 2         | 1         | 1         | -         | 1         | 2         | -         | -         |  |
| <i>Non so</i>   | 3             | 3                  | 2         | 1         | 5         | 1         | 3         | 4         | 5         | -         | -         |  |

# L'ETÀ DEFINISCE LA SCELTA DEL CANALE CON CUI PRENOTARE LE VACANZE: I PORTALI DI VIAGGI SONO UTILIZZATI SOPRATTUTTO DA MILLENNIALS E GEN Z

Tra i Baby Boomers, invece, è più diffuso il contatto diretto con la struttura

| DOVE HA EFFETTUATO LA PRENOTAZIONE/PRENOTERÀ                                    | TOTALE ITALIA |  Generazione Z<br>(16-28 anni) |  Millennials<br>(29-43 anni) |  Generazione X<br>(44-59 anni) |  Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|---|---------------|---|---|---|--|
| <b>Faranno vacanze nell'estate 2024</b>   |               |   |   |   |  |
| Su <b>internet</b> , in un portale di viaggi                                    | 35            | 37  | 41  | 34  | 26   |
| Non ho avuto bisogno di prenotare<br>(seconda casa - amici - libertà in camper) | 20            | 21  | 17  | 21  | 22   |
| Contattando direttamente la struttura   | 18            | 9   | 18  | 20  | 26   |
| In agenzia viaggi   | 10            | 11  | 7   | 11  | 8  |
| Su <b>internet</b> sul sito web del tour operator/<br>la compagnia di crociere  | 5             | 9   | 4   | 4   | 5  |
| Contattando direttamente il tour operator/<br>la compagnia di crociere          | 5             | 6   | 6   | 3   | 4  |
| Tipo di alloggio non ancora deciso  | 2             | 3   | 2   | 2   | 2  |
| Non prenoto   | 2             | 2   | 1   | 2   | 4  |
| Se ne è occupato qualcun altro/Non sa/ Non ricorda                              | 1             | -   | 1   | -   | 2  |
| Non so  | 2             | 2   | 3   | 3   | 1  |

# 2. PREOCCUPAZIONI DEI VIAGGIATORI ITALIANI PER L'ESTATE 2024

# IL METEO È LA PREOCCUPAZIONE PRINCIPALE DEI VIAGGIATORI DELL'ESTATE 2024: QUASI 1 SU 2 TEME PIOGGE E/O CALDO ECCESSIVO

Il maltempo preoccupa soprattutto chi viaggerà in Crociera e in Europa, ma anche il 27% di quanti hanno scelto l'Italia. Il caldo eccessivo è temuto soprattutto da chi starà in Italia. La possibilità di infortuni spaventa soprattutto chi andrà in paesi extra europei










| PREOCCUPAZIONI LEGATE AL VIAGGIO  | TOTALE ITALIA | DESTINAZIONE |           |                        |            |
|---|---------------|--------------|-----------|------------------------|------------|
|   |               | In Italia    | In Europa | In Paesi Extra-Europei | Crociera * |
| <b>Faranno/potrebbero fare vacanze nell'estate 2024</b>   |               |              |           |                        |            |
| Il possibile maltempo / le piogge   | 26            | 27           | 30        | 21                     | 52         |
| Il possibile caldo eccessivo / le temperature da record   | 23            | 26           | 16        | 23                     | 20         |
| L'affollamento luoghi turistici (spiagge, ristoranti, ecc.)   | 22            | 21           | 22        | 17                     | 12         |
| Il non riuscire a tenere sotto controllo i costi (spendere troppo, sostenere costi extra non previsti, ...) | 16            | 15           | 10        | 17                     | 6          |
| Passare tanto tempo in coda in macchina (per ingorghi, grande esodo, ecc.)                                  | 11            | 12           | 10        | 5                      | 7          |
| La possibilità di incidenti   | 8             | 7            | 11        | 6                      | 6          |
| La possibilità di infortuni per me o chi viaggerà assieme a me  | 7             | 5            | 9         | 13                     | 10         |
| Non mi preoccupa niente   | 26            | 25           | 29        | 24                     | 6          |
| Possibili più risposte  | 44            | 48           | 42        | 39                     | 62         |
| Problemi legati al meteo  |               |              |           |                        |            |

\* Base esigua, lettura qualitativa dei dati



# TRA CHI RISIEDA NELLE AREE METROPOLITANE, I TIMORI SONO IN LINEA CON IL RESTO DELLA POPOLAZIONE: IN PRIMIS PREOCCUPA IL METEO





Il possibile affollamento dei luoghi turistici preoccupa soprattutto chi vive a Bari, Milano, Firenze e Cagliari. Bolognesi e veronesi temono più della media di restare bloccati in auto in code e di fare incidenti. Firenze, Bari e Bologna accentuano i timori di costi extra

| PREOCCUPAZIONI LEGATE AL VIAGGIO  | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|---|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Faranno/potrebbero fare vacanze nell'estate 2024</b>   |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Il possibile maltempo/le piogge   | 26            | 24                 | 23  | 24  | 23  | 27  | 21  | 25  | 19  | <b>35</b>   | 13  |
| Il possibile caldo eccessivo/le temperature da record   | 23            | 23                 | <b>26</b>   | 25  | 22  | 16  | <b>27</b>   | 25  | 17  | 25  | <b>29</b>   |
| L'affollamento luoghi turistici (spiagge, ristoranti, ecc.)   | 22            | 21                 | <b>26</b>   | 16  | 15  | 7   | <b>26</b>   | 24  | 14  | <b>27</b>   | <b>25</b>   |
| Il non riuscire a tenere sotto controllo i costi (spendere troppo, sostenere costi extra non previsti, ...) | 16            | 15                 | 17  | 9   | <b>19</b>   | 14  | <b>25</b>   | 13  | 15  | <b>20</b>   | 9   |
| Passare tanto tempo in coda in macchina (per ingorghi, grande esodo, ecc.)                                  | 11            | 12                 | 10  | 10  | <b>17</b>   | <b>17</b>   | 8   | 13  | 13  | 6   | 8   |
| La possibilità di incidenti   | 8             | 8                  | 8   | 9   | <b>13</b>   | <b>12</b>   | 3   | 4   | 10  | 8   | 4   |
| La possibilità di infortuni per me o chi viaggerà assieme a me  | 7             | 6                  | 3   | 8   | <b>10</b>   | 7   | 4   | 5   | 8   | <b>10</b>   | 4   |
| Non mi preoccupa niente   | 26            | 28                 | 24  | <b>37</b>   | 24  | <b>37</b>   | 21  | 26  | <b>36</b>   | 12  | <b>31</b>   |
| Possibili più risposte  | <b>44</b>     | <b>42</b>          | <b>45</b>   | <b>43</b>   | <b>43</b>   | <b>35</b>   | <b>42</b>   | <b>44</b>   | <b>30</b>   | <b>55</b>   | <b>41</b>   |



# LA PREOCCUPAZIONE PER IL MALTEMPO È MAGGIORE TRA I BABY BOOMERS; I MILLENNIALS TEMONO PIÙ DELLA MEDIA AFFOLLAMENTO E COSTI EXTRA

Tra la Gen Z emerge invece il timore legato alla possibilità di avere incidenti. Gen X e Boomers, nel complesso, i meno afflitti da preoccupazioni legate alla vacanza










| PREOCCUPAZIONI LEGATE AL VIAGGIO   | TOTALE ITALIA |  |  |  |  |
|--|---------------|---|---|---|---|
|  |               | Generazione Z<br>(16-28 anni)   | Millennials<br>(29-43 anni)   | Generazione X<br>(44-59 anni)   | Baby Boomers<br>(60-79 anni)  |
| <b>Faranno/potrebbero fare vacanze nell'estate 2024</b>  |               |   |   |   |   |
| Il possibile maltempo/le piogge  | 26            | 21  | 28  | 24  | 31  |
| Il possibile caldo eccessivo/le temperature da record  | 23            | 22  | 24  | 25  | 19  |
| L'affollamento luoghi turistici ( <i>spiagge, passegg., ristoranti, ecc.</i> )                                       | 22            | 22  | 25  | 20  | 19  |
| Il non riuscire a tenere sotto controllo i costi ( <i>spendere troppo, sostenere costi extra non previsti, ...</i> ) | 16            | 16  | 20  | 14  | 13  |
| Passare tanto tempo in coda in macchina ( <i>per ingorghi, grande esodo, ecc.</i> )                                  | 11            | 9   | 11  | 13  | 11  |
| La possibilità di incidenti  | 8             | 12  | 7   | 7   | 8   |
| La possibilità di infortuni per me o chi viaggerà assieme a me   | 7             | 7   | 8   | 6   | 6   |
| Non mi preoccupa niente  | 26            | 24  | 19  | 31  | 30  |
| Problemi legati al meteo   | 44            | 39  | 47  | 44  | 44  |

Possibili più risposte

# 3. DRIVER DI SCELTA DELLE STRUTTURE IN CUI SOGGIORNARE





# I SERVIZI DELLA STRUTTURA RICETTIVA SONO FONDAMENTALI PER 7 ITALIANI SU 10; SEGUE A BREVE DISTANZA IL PREZZO/MODALITÀ PRENOTAZIONE

Per 1 su 5 conta il giudizio altrui (rating, passaparola), soprattutto tra bolognesi e fiorentini. Sono soprattutto baresi, bolognesi e milanesi a dare valore a elementi «soft» (esperienze passate, sensazione di sentirsi ben accolti) al momento di scegliere la struttura

| ELEMENTI DA CONSIDERARE NELLA SCELTA DELLA STRUTTURA                     | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| NET Caratteristiche/ servizi della struttura ricettiva                   | 70            | 67                 | 61  | 67  | 72  | 71  | <b>82</b>   | 69  | 60  | <b>73</b>   | 60  |
| NET Prezzo e modalità prenotazione                                       | 64            | 62                 | 56  | 62  | 54  | 65  | <b>77</b>   | 62  | 63  | 62  | 57  |
| NET Caratteristiche della stanza/casa                                    | 28            | 27                 | <b>32</b>   | 18  | 22  | 25  | <b>34</b>   | 26  | 29  | <b>35</b>   | 18  |
| NET Rating/Passaparola   | 21            | 23                 | <b>26</b>   | <b>25</b>   | <b>32</b>   | 11  | <b>28</b>   | 22  | 21  | 12  | 20  |
| NET Sensazioni personali (Accoglienza e ospitalità / esperienze passate) | 19            | 18                 | <b>25</b>   | 19  | <b>26</b>   | 12  | 10  | 16  | 12  | <b>27</b>   | 18  |

# LE CARATTERISTICHE E I SERVIZI OFFERTI GUIDANO LA SCELTA DELLA STRUTTURA SOPRATTUTTO PER MILLENNIALS E GEN X










Il prezzo e le modalità di prenotazione sono invece il primo elemento di scelta per i Baby Boomers, e rappresentano un criterio importante anche per la Gen X, più della media. La Gen Z dà più peso, rispetto al totale Italia, alle caratteristiche della stanza/casa e al passaparola

| ELEMENTI DA CONSIDERARE NELLA SCELTA DELLA STRUTTURA                        | TOTALE ITALIA |  |  |  |  |
|---|---------------|---|---|---|---|
|   |               | Generazione Z<br>(16-28 anni)   | Millennials<br>(29-43 anni)   | Generazione X<br>(44-59 anni)   | Baby Boomers<br>(60-79 anni)  |
| NET Caratteristiche/<br>servizi della struttura ricettiva                   | 70            | 68  | <b>75</b>   | <b>73</b>   | 61  |
| NET Prezzo e modalità prenotazione  | 64            | 59  | 59  | <b>69</b>   | <b>68</b>   |
| NET Caratteristiche della stanza/casa                                       | 28            | <b>32</b>   | 29  | 29  | 22  |
| NET Rating/Passaparola  | 21            | <b>30</b>   | 23  | 19  | 13  |
| NET Sensazioni personali<br>(Accoglienza e ospitalità / esperienze passate) | 19            | 17  | 19  | 18  | 19  |







# IN DETTAGLIO, 1 ITALIANO SU 2 SCEGLIE IN BASE AL PREZZO LA STRUTTURA IN CUI ALLOGGIARE PER LE VACANZE (2 SU 3 TRA I VERONESI)

Fondamentale anche la posizione. Il terzo driver è la cancellazione gratuita, che aiuta a tutelarsi dagli imprevisti.

| ELEMENTI DA CONSIDERARE NELLA SCELTA DELLA STRUTTURA                    | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|---|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Prezzo / offerte / sconti   | 51            | 49                 | 48  | 46  | 37  | <b>64</b>   | 53  | 50  | 50  | 50  | 47  |
| Posizione (es. vicinanza al centro)                                     | 38            | 36                 | 34  | 32  | 40  | <b>46</b>   | <b>48</b>   | 37  | 32  | 33  | 33  |
| Possibilità di cancellazione gratuita della prenotazione                | 21            | 21                 | 21  | <b>24</b>   | 21  | 15  | <b>39</b>   | 18  | 19  | <b>26</b>   | 21  |
| Dotazioni della camera / casa (frigorifero, aria condizionata, ...)     | 15            | 14                 | <b>19</b>   | 9   | 12  | 12  | 12  | 14  | 13  | <b>21</b>   | 12  |
| Rating/giudizio degli altri utenti sui siti di prenotazione             | 14            | 16                 | 15  | <b>19</b>   | <b>23</b>   | 9   | <b>23</b>   | <b>19</b>   | 13  | 9   | 12  |
| Possibilità di avere la prima colazione                                 | 14            | 14                 | 11  | 14  | 12  | 13  | <b>25</b>   | 12  | <b>18</b>   | 9   | 12  |
| Numero di stelle della struttura  | 11            | 10                 | 7   | 8   | <b>14</b>   | 8   | 9   | 13  | 8   | <b>20</b>   | 9   |
| Facilities (es. piscina, parcheggio in loco, SPA, ristorante, bar, ...) | 11            | 11                 | 6   | 11  | 12  | 10  | 9   | 13  | 13  | 13  | 10  |
| Esperienze passate / precedenti soggiorni                               | 10            | 12                 | <b>20</b>   | <b>16</b>   | 11  | 6   | 6   | 8   | 8   | <b>20</b>   | 11  |
| Dimensione della stanza / casa  | 10            | 10                 | 10  | 9   | 7   | 11  | <b>13</b>   | 11  | 10  | 8   | 4   |
| Possibilità di avere la mezza pensione / pensione completa              | 10            | 11                 | 10  | 12  | <b>15</b>   | <b>14</b>   | 8   | 9   | 8   | <b>23</b>   | 6   |
| Possibilità di cambio date della prenotazione                           | 10            | 8                  | 3   | 12  | 6   | 6   | <b>15</b>   | 7   | 12  | 9   | 4   |
| Accoglienza / ospitalità degli host / gestori                           | 10            | 8                  | 9   | 5   | <b>17</b>   | 7   | 7   | 9   | 8   | 8   | 10  |
| Passaparola di amici / conoscenti                                       | 9             | 8                  | <b>12</b>   | 7   | 11  | 2   | 8   | 7   | 9   | 5   | 10  |
| Presenza di spazi esterni (es. terrazzo, giardino)                      | 9             | 7                  | 9   | 8   | 8   | 6   | 1   | 8   | 8   | 4   | 8   |
| Arredamento stanza/casa (moderno, in linea con il mio gusto, ...)       | 6             | 7                  | 6   | 3   | 3   | 6   | <b>10</b>   | 7   | <b>9</b>  | <b>10</b>   | 5   |
| Presenza di servizi per bambini (es. area giochi)                       | 5             | 5                  | 7   | 4   | 2   | 7   | <b>11</b>   | 3   | 6   | 2   | 6   |
| Approccio eco friendly / sostenibile della struttura                    | 5             | 4                  | 4   | 4   | 3   | 3   | 6   | 6   | 2   | 6   | 3   |
| Assenza di barriere architettoniche                                     | 4             | 3                  | 3   | 3   | 7   | 5   | 2   | 4   | 1   | 1   | 3   |

# IL PREZZO È PRIMARIO NELLA SCELTA SOPRATTUTTO TRA GEN X E BOOMERS, MENTRE TRA I MILLENNIALS SI ACCENTUA LA POSIZIONE DELLA STRUTTURA

La Gen Z, invece, dà più peso rispetto alla media al rating/giudizio degli altri utenti sui siti di prenotazione, il passaparola, la dimensione e l'arredamento della stanza, l'approccio eco friendly della struttura

| ELEMENTI DA CONSIDERARE NELLA SCELTA DELLA STRUTTURA                    | TOTALE ITALIA |  |  |  |  |
|---|---------------|---|---|---|---|
|   |               | Generazione Z<br>(16-28 anni)   | Millennials<br>(29-43 anni)   | Generazione X<br>(44-59 anni)   | Baby Boomers<br>(60-79 anni)  |
| Prezzo / offerte / sconti   | 51            | 46  | 50  | <b>55</b>   | <b>54</b>   |
| Posizione (es. vicinanza al centro)                                     | 38            | 35  | <b>42</b>   | 38  | 35  |
| Possibilità di cancellazione gratuita della prenotazione                | 21            | 19  | 20  | 22  | <b>25</b>   |
| Dotazioni della camera / casa (frigorifero, aria condizionata, ...)     | 15            | 12  | 16  | 16  | 16  |
| Rating/giudizio degli altri utenti sui siti di prenotazione             | 14            | <b>19</b>   | 15  | 13  | 8   |
| Possibilità di avere la prima colazione                                 | 14            | 12  | 14  | 14  | 15  |
| Numero di stelle della struttura  | 11            | 12  | 11  | 13  | 8   |
| Facilities (es. piscina, parcheggio in loco, SPA, ristorante, bar, ...) | 11            | 13  | 12  | 11  | 7   |
| Esperienze passate / precedenti soggiorni                               | 10            | 11  | 12  | 8   | 10  |
| Dimensione della stanza / casa  | 10            | <b>14</b>   | 10  | 12  | 5   |
| Possibilità di avere la mezza pensione / pensione completa              | 10            | 9   | 7   | 11  | <b>17</b>   |
| Possibilità di cambio date della prenotazione                           | 10            | 10  | 9   | 10  | 10  |
| Accoglienza / ospitalità degli host / gestori                           | 10            | 7   | 8   | 12  | 11  |
| Passaparola di amici / conoscenti                                       | 9             | <b>14</b>   | 10  | 7   | 5   |
| Presenza di spazi esterni (es. terrazzo, giardino)                      | 9             | 7   | 8   | 9   | 11  |
| Arredamento stanza/casa (moderno, in linea con il mio gusto, ...)       | 6             | <b>10</b>   | 7   | 5   | 5   |
| Presenza di servizi per bambini (es. area giochi)                       | 5             | 5   | <b>9</b>  | 5   | 1   |
| Approccio eco friendly / sostenibile della struttura                    | 5             | <b>9</b>  | 5   | 3   | 2   |
| Assenza di barriere architettoniche                                     | 4             | 4   | 5   | 4   | 4   |



# 4. MODALITÀ DI PAGAMENTO IN VIAGGIO










# IN GENERALE, OLTRE 1 ITALIANO SU 2 QUANDO VIAGGIA UTILIZZA PREVALENTEMENTE LE CARTE PER I PAGAMENTI; SOLO 1 SU 4 PREVALENTEMENTE IL CONTANTE

L'abitudine a pagare con le carte in viaggio è consolidata anche nelle grandi città, soprattutto tra fiorentini, torinesi e bolognesi

| SISTEMA DI PAGAMENTO PREVALENTEMENTE UTILIZZATO (NET)                            | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Città     |           |           |           |           |           |           |           |          |  |
|--|---------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|--|
|  |               |                    | Milano    | Torino    | Bologna   | Verona    | Firenze   | Roma      | Napoli    | Bari      | Cagliari |  |
| Pagano prevalentemente con carte   | 55            | 55                 | 57        | <b>60</b> | <b>58</b> | 48        | <b>78</b> | 53        | 48        | 52        | 57       |  |
| Pagano prevalentemente in contanti   | 24            | 23                 | 18        | 21        | 22        | <b>27</b> | 6         | <b>27</b> | <b>28</b> | 20        | 21       |  |
| Pagano con un mix di tipologie di pagamento (non hanno uno strumento prevalente) | 14            | 16                 | <b>18</b> | 10        | 11        | 15        | 12        | 16        | <b>18</b> | <b>19</b> | 11       |  |
| Pagano prevalentemente con il cellulare  | 4             | 4                  | 5         | 4         | <b>7</b>  | <b>7</b>  | 1         | 2         | 1         | 5         | 2        |  |
| Non viaggiano  | 4             | 3                  | 2         | 5         | 2         | 3         | 3         | 2         | 5         | 4         | 9        |  |

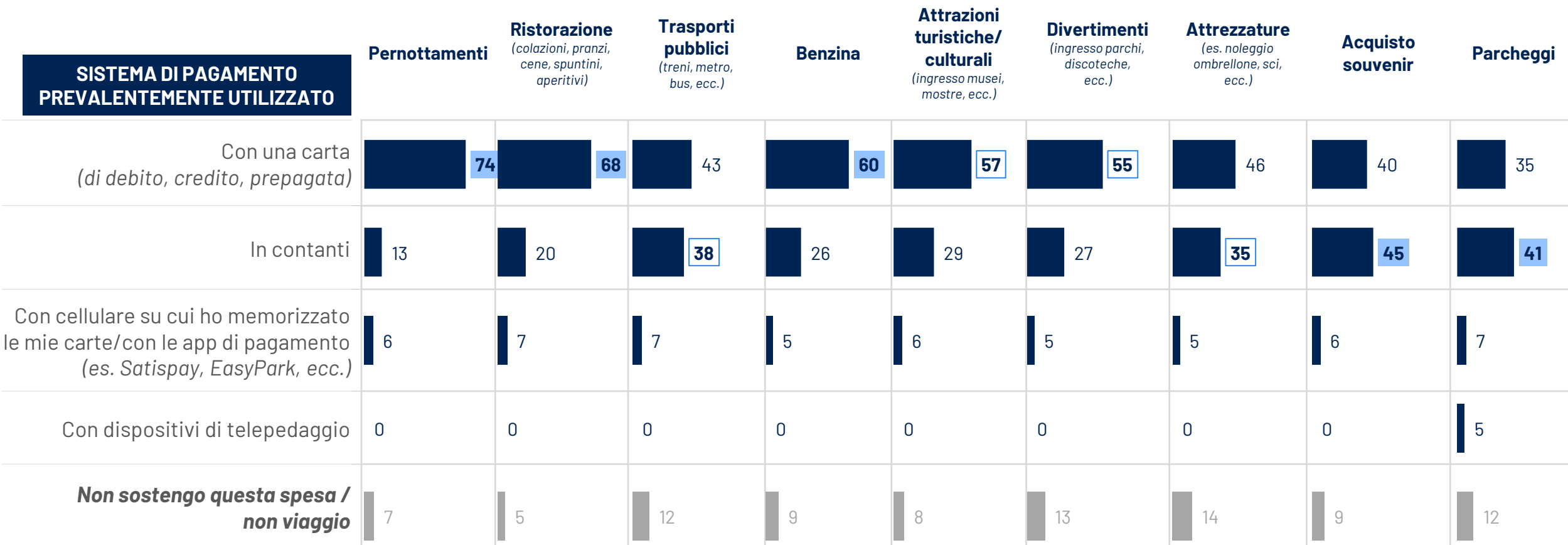
# IN VIAGGIO, TUTTE LE GENERAZIONI PAGANO IN PREVALENZA CON CARTE; LA GEN Z È LA PIÙ ECLETTICA E PAGA MAGGIORMENTE CON MIX DI STRUMENTI DI PAGAMENTO

Il pagamento con le carte spicca soprattutto tra i Millennials e tra i Baby Boomers

| SISTEMA DI PAGAMENTO PREVALENTEMENTE UTILIZZATO (NET)                               | TOTALE ITALIA   | <br>Generazione Z<br>(16-28 anni) | <br>Millennials<br>(29-43 anni) | <br>Generazione X<br>(44-59 anni) | <br>Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|---|---|--|--|--|---|
| Pagano prevalentemente con carte  |  55 | 47   | <b>59</b>  | 55   | <b>58</b>   |
| Pagano prevalentemente in contanti  |  24 | 27   | 23   | 25   | 21  |
| Pagano con un mix di tipologie di pagamento<br>(non hanno uno strumento prevalente) |  14  | <b>17</b>  | 13   | 14   | 11  |
| Pagano prevalentemente con il cellulare   |  4   | 5  | 3  | 3  | 4   |
| <b>Non viaggiano</b>  |  4 | 4  | 2  | 3  | 6   |










# PERNOTTAMENTI, RISTORAZIONE E BENZINA LE VOCI DI SPESA PAGATE MAGGIORMENTE CON CARTA, MA ANCHE LE ATTRAZIONI E I DIVERTIMENTI

Il contante «vince» sulla carta solo per souvenir e parcheggi, ed è piuttosto diffuso anche per i trasporti pubblici e il noleggio di attrezzature. Il cellulare ha una quota trasversale su tutte le tipologie di spesa (probabilmente chi sceglie di utilizzarlo paga più tipologie di spese con questo strumento)



# PARCHEGGI: OLTRE IL 40% DI FIORENTINI, CAGLIARITANI, MILANESI E BOLOGNESI LI PAGA CON CARTA; TRA I BOLOGNESI SONO PIÙ DIFFUSI ANCHE I PAGAMENTI CON APP/CELLULARE

L'abitudine di pagare i parcheggi con i dispositivi di telepedaggio è più diffusa tra i torinesi e i milanesi

| SISTEMA DI PAGAMENTO PREVALENTEMENTE UTILIZZATO PER I «PARCHEGGI»  | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| In contanti  | 41            | 40                 | 35  | 35  | 34  | 54  | 36  | 47  | 41  | 36  | 33  |
| Con una carta<br>(di debito, credito, prepagata)   | 35            | 35                 | 41  | 37  | 41  | 24  | 43  | 29  | 33  | 35  | 42  |
| Con il cellulare su cui ho memorizzato le mie carte/<br>con le app di pagamento (es. Satispay, EasyPark, ecc.) | 7             | 7                  | 6   | 7   | 10  | 9   | 8   | 6   | 6   | 7   | 7   |
| Con dispositivi di telepedaggio  | 5             | 6                  | 8   | 10  | 1   | 3   | 7   | 4   | 7   | 3   | 0   |
| <b>Non sostengo questa spesa/non viaggio</b>   | 12            | 12                 | 10  | 11  | 14  | 10  | 6   | 14  | 13  | 19  | 18  |



# NEL COMPLESSO, PER IL PAGAMENTO DEI PARCHEGGI, CONTANTI E CARTE SI EQUIVALGONO (41% USA PREVALENTEMENTE I CONTANTI, 42% LE CARTE O CARTE/APP SU CELLULARE)

L'abitudine di pagare i parcheggi in contanti è maggiore tra la Gen X, con la carta principalmente tra i Millennials

SISTEMA DI PAGAMENTO PREVALENTEMENTE UTILIZZATO PER I «PARCHEGGI»

TOTALE ITALIA



Generazione Z  
(16-28 anni)



Millennials  
(29-43 anni)



Generazione X  
(44-59 anni)



Baby Boomers  
(60-79 anni)

| SISTEMA DI PAGAMENTO PREVALENTEMENTE UTILIZZATO PER I «PARCHEGGI»  | TOTALE ITALIA | Generazione Z<br>(16-28 anni) | Millennials<br>(29-43 anni) | Generazione X<br>(44-59 anni) | Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|--|---------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| In contanti  | 41            | 42                            | 39                          | 44                            | 41                           |
| Con una carta<br>(di debito, credito, prepagata)   | 35            | 34                            | 41                          | 34                            | 30                           |
| Con il cellulare su cui ho memorizzato le mie carte/<br>con le app di pagamento (es. Satispay, EasyPark, ecc.) | 7             | 6                             | 7                           | 6                             | 9                            |
| Con dispositivi di telepedaggio  | 5             | 7                             | 4                           | 5                             | 7                            |
| <b>Non sostengo questa spesa / non viaggio</b>   | 12            | 11                            | 9                           | 11                            | 13                           |

# 5. MODALITÀ DI PAGAMENTO DEI PEDAGGI AUTOSTRADALI IN VIAGGIO

# QUASI 1 ITALIANO SU 2 PAGA I PEDAGGI AUTOSTRADALI CON CARTA; QUASI 1 SU 4 UTILIZZA DISPOSITIVI DI TELEPEDAGGIO

Dispositivi di telepedaggio più diffusi tra i residenti nelle grandi città del Centro-Nord (a Firenze e Milano circa un cittadino su tre). Il contante è ancora utilizzato per pagare i pedaggi da poco più di un italiano su quattro. Il 6% degli italiani paga con il cellulare, soprattutto nelle grandi aree metropolitane del Sud e Isole.

## MODALITA' PAGAMENTO PEDAGGI

Faranno vacanze nell'estate 2024  
Faranno vacanze in auto/moto/camper nell'estate 2024

TOTALE ITALIA

Aree Metropolitane

Milano

Torino

Bologna

Verona

Firenze

Roma

Napoli

Bari

Cagliari

|    |           | TOTALE ITALIA  | Aree Metropolitane | Milano    | Torino    | Bologna   | Verona    | Firenze   | Roma      | Napoli    | Bari      | Cagliari  |
|----|-----------|--|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 48 | 42        | <b>Con una carta (debito, credito, prepagata)</b> 45                         | 45                 | 44        | 46        | 41        | 39        | <b>57</b> | 46        | 34        | <b>53</b> | 42        |
| 22 | 20        | Con la carta di debito / bancomat 21   | 22                 | 23        | 17        | 18        | 23        | 22        | 22        | 21        | <b>29</b> | 22        |
| 19 | 17        | Con la carta di credito 17   | 18                 | <b>21</b> | 16        | 17        | 12        | <b>31</b> | 19        | 11        | <b>22</b> | 17        |
| 12 | 10        | Con la carta prepagata 11  | 8                  | 4         | <b>14</b> | <b>14</b> | 6         | 12        | 8         | 7         | 7         | 8         |
| 26 | 28        | In contanti 27   | 23                 | 20        | 21        | 24        | <b>31</b> | 17        | 20        | 29        | 23        | 18        |
| 25 | <b>32</b> | <b>Ho un dispositivo di telepedaggio (Telepass, UnipolMove, MooneyGo)</b> 23 | 25                 | <b>30</b> | <b>29</b> | 22        | 25        | <b>35</b> | <b>28</b> | 24        | 11        | 4         |
| 6  | 4         | Con il cellulare in cui ho memorizzato le mie carte 6                        | 6                  | 3         | 4         | 6         | 1         | 0         | 6         | 8         | <b>10</b> | <b>16</b> |
| 6  | 0         | Non guido / non viaggio in macchina/moto/camper 10                           | 11                 | 8         | 11        | 12        | 10        | 1         | 11        | <b>16</b> | <b>13</b> | <b>27</b> |

Possibili più risposte



# SONO I BOOMERS I MAGGIORI USER DI DISPOSITIVI DI TELEPEDAGGIO; MILLENNIALS E GEN X UTILIZZANO DI PIÙ LE CARTE, MA IL CONTANTE È PRESENTE SOPRA MEDIA TRA LA GEN X










Tra la Gen Z, 1 su 10 paga il pedaggio con il cellulare su cui ha memorizzato le proprie carte

| MODALITA' PAGAMENTO PEDAGGI   | TOTALE ITALIA | Generazione Z<br>(16-28 anni) | Millennials<br>(29-43 anni) | Generazione X<br>(44-59 anni) | Baby Boomers<br>(60-79 anni) |
|---|---------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Con una carta<br>(debito, credito, prepagata)                         | 45            | 43                            | 51                          | 50                            | 32                           |
| Con la carta di debito / bancomat                                     | 21            | 19                            | 25                          | 23                            | 15                           |
| Con la carta di credito   | 17            | 17                            | 19                          | 18                            | 13                           |
| Con la carta prepagata  | 11            | 12                            | 11                          | 13                            | 7                            |
| In contanti   | 27            | 26                            | 25                          | 30                            | 25                           |
| Ho un dispositivo di telepedaggio<br>(Telepass, UnipolMove, MooneyGo) | 23            | 15                            | 22                          | 22                            | 34                           |
| Con il cellulare in cui ho memorizzato le mie carte                   | 6             | 11                            | 6                           | 4                             | 5                            |
| Non guido / non viaggia in auto/moto/camper                           | 10            | 16                            | 9                           | 8                             | 10                           |

Possibili più risposte

# 1 ITALIANO SU 5 NON UTILIZZA DISPOSITIVI DI TELEPEDAGGIO A CAUSA DEI COSTI FISSI TROPPO ALTI

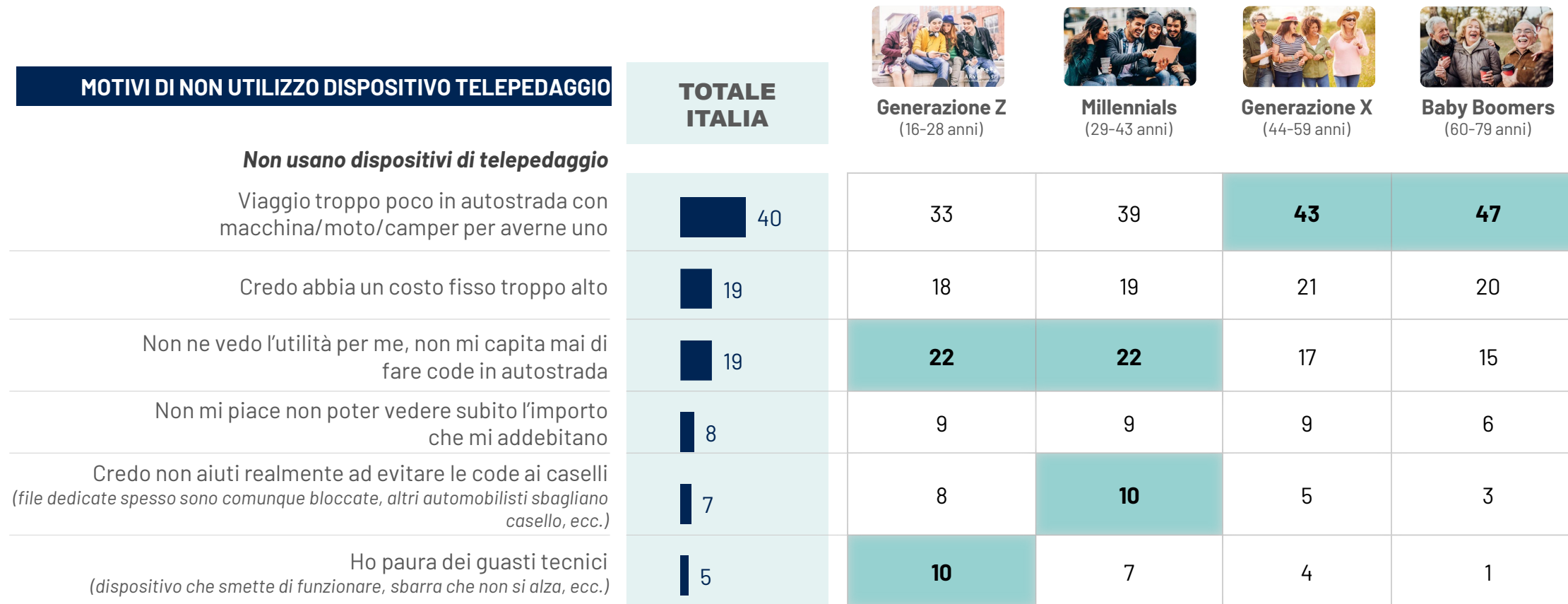
Il tema dei costi fissi è sentito soprattutto dai torinesi, milanesi, fiorentini e bolognesi. Le principali resistenze al dispositivo di telepedaggio sono legate ai pochi viaggi effettuati (40%) o alla ridotta esperienza di code al casello (19%)

| MOTIVI DI NON UTILIZZO DISPOSITIVO TELEPEDAGGIO  | TOTALE ITALIA | Aree Metropolitane | Milano  | Torino  | Bologna   | Verona  | Firenze   | Roma  | Napoli  | Bari  | Cagliari  |
|--|---------------|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|  |               |                    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Non usano dispositivi di telepedaggio</b>   |               |                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Viaggio troppo poco in autostrada con macchina/moto/camper per averne uno  | 40            | 37                 | 36  | 35  | 39  | 46  | 44  | 39  | 27  | 38  | 38  |
| Credo abbia un costo fisso troppo alto   | 19            | 20                 | 24  | 28  | 22  | 21  | 23  | 20  | 18  | 12  | 7   |
| Non ne vedo l'utilità per me, non mi capita mai di fare code al casello in autostrada  | 19            | 20                 | 23  | 19  | 19  | 11  | 11  | 16  | 27  | 26  | 24  |
| Non mi piace non poter vedere subito l'importo che mi addebitano   | 8             | 8                  | 8   | 5   | 5   | 8   | 13  | 10  | 9   | 8   | 9   |
| Credo non aiuti realmente ad evitare le code ai caselli (file dedicate spesso sono comunque bloccate, altri automobilisti sbagliano casello, ecc.) | 7             | 7                  | 6   | 4   | 4   | 4   | 2   | 10  | 10  | 9   | 10  |
| Ho paura dei guasti tecnici (dispositivo che smette di funzionare, sbarra che non si alza, ecc.)   | 5             | 7                  | 9   | 6   | 7   | 10  | 7   | 8   | 7   | 5   | 6   |

Possibili più risposte

# SONO SOPRATTUTTO GEN X E BOOMERS CHE DICHIARANO DI VIAGGIARE POCO E QUINDI DI NON AVERE L'ESIGENZA DI UN DISPOSITIVO DI TELEPEDAGGIO

La Gen Z esprime, più delle altre generazioni, timori per possibili guasti tecnici; i Millennials sono i più scettici: credono più della media che questi dispositivi non aiutino realmente ad evitare le code ai caselli



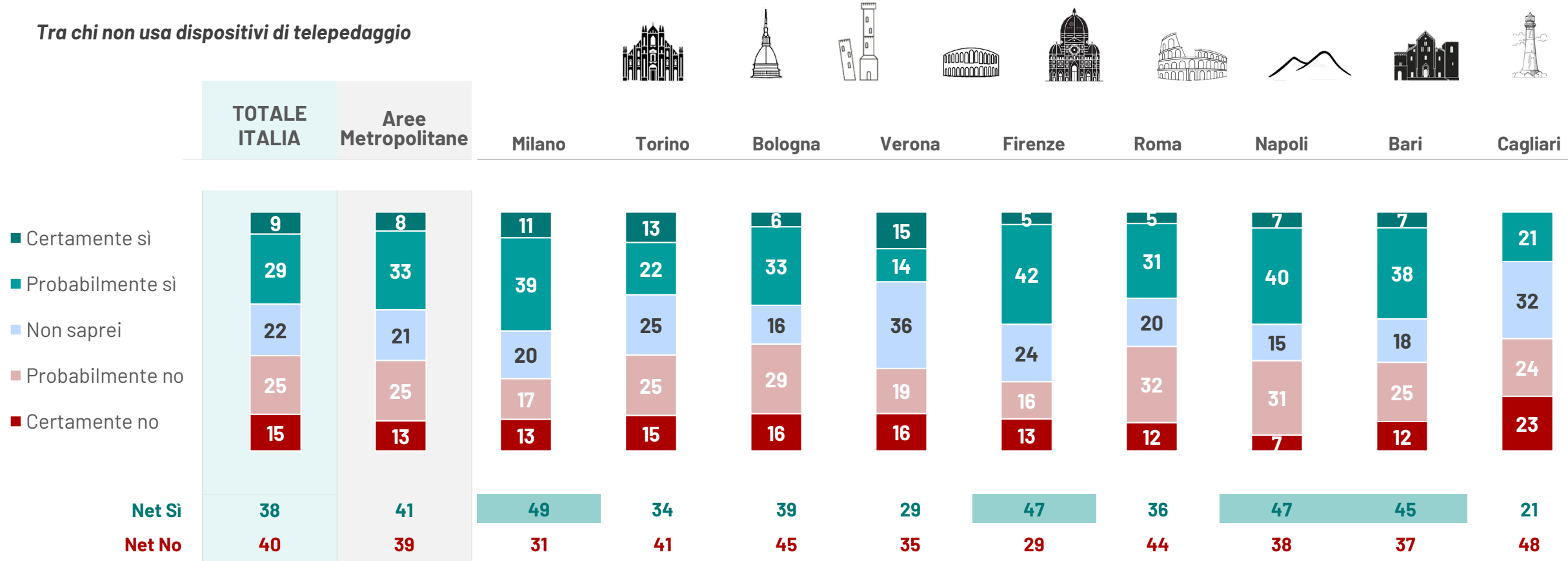
Possibili più risposte

# TRA I RESIDENTI IN ALCUNE AREE METROPOLITANE È PIÙ ELEVATO L'INTERESSE PER I DISPOSITIVI DI TELEPEDAGGIO

In particolare è chi vive a Milano, Firenze, Napoli e Bari a dirsi potenzialmente più interessato a questo strumento in futuro

## INTERESSE FUTURO UTILIZZO DISPOSITIVO DI TELEPEDAGGIO

Tra chi non usa dispositivi di telepedagogia

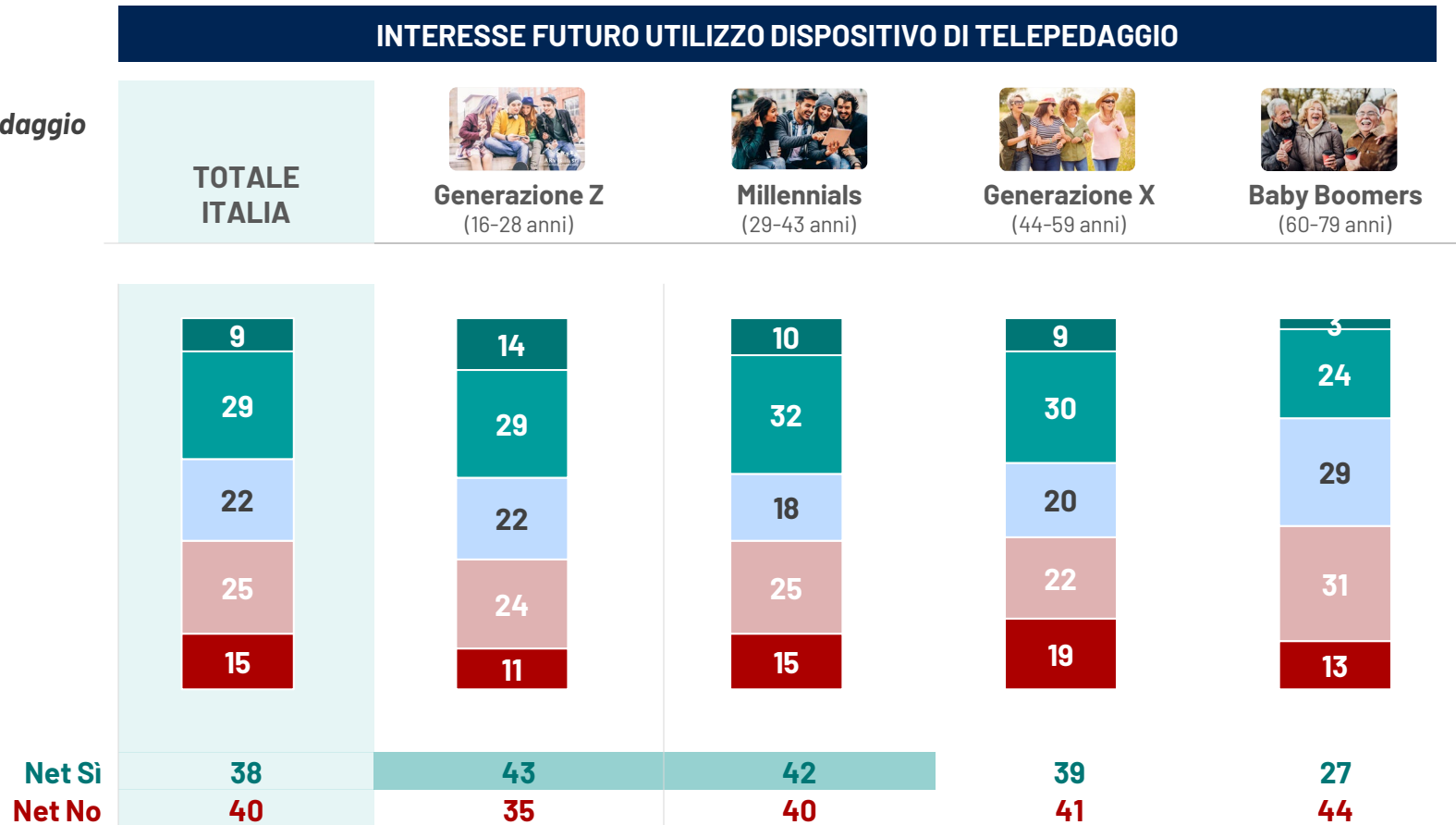


# INTERESSE PIÙ ELEVATO PER I DISPOSITIVI DI TELEPEDAGGIO TRA LA GEN Z

Tra i più giovani, infatti, il 14% si dichiara certamente interessato. Maggior chiusura tra i Baby Boomers, dove i «no» prevalgono sui «sì».

Tra chi non usa dispositivi di telepedaggio

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Non saprei
- Probabilmente no
- Certamente no





# 6. KEY POINTS

## KEY POINTS 1/4

- **3 italiani su 4 faranno almeno una vacanza nell'estate 2024, un altro 14% è indeciso; solo il 10% sicuramente non viaggerà.** Nelle **aree metropolitane del Nord e del Centro** (ad eccezione di Roma) si concentrano le percentuali più alte di viaggiatori estivi. L'orientamento prevalente è per **vacanze brevi** (54%), seguite dalle medio-lunghe (45%); solo il 16% starà via due o più settimane (soprattutto tra bolognesi, milanesi e torinesi). Sono **soprattutto i più giovani** ad avere in programma una vacanza estiva, anche se breve, mentre **tra i Boomers, il 16% sicuramente non farà nessuna vacanza** nell'estate 2024.
- **Difficoltà economiche o personali sono i principali motivi per i quali gli italiani non faranno vacanze;** in un caso su 4, poi, i motivi della mancata vacanza sono legati al **periodo** (il 15% solitamente non viaggia tra luglio e settembre, il 9% dichiara di aver già fatto vacanze nei mesi precedenti). I problemi economici frenano soprattutto i viaggi dei Baby Boomers.
- **Tra chi viaggerà, la meta delle vacanze 2024 sarà l'Italia (66%); 2 su 10 andranno in Europa** (soprattutto fiorentini, torinesi e cagliaritari). L'extra EU si accentua invece tra milanesi, torinesi, baresi; la crociera tra i romani. L'Italia è scelta come destinazione per le vacanze soprattutto dai Baby Boomers; la Gen Z, invece, accentua i viaggi in paesi extra europei.
- Le **vacanze 2024 saranno di mare per oltre un italiano che viaggerà su due, seguono le vacanze «culturali»; la montagna è terza.** Il **mare** è la prima scelta **indipendentemente dall'età**, anche se è più apprezzato dalla Gen X. I Baby Boomers gradiscono in misura maggiore rispetto alle altre generazioni il fresco della montagna (18% farà lì la vacanza principale del 2024). Le vacanze «culturali» sono decisamente trasversali alle età. **In generale, chi sceglie la montagna come destinazione è guidato maggiormente dalla ricerca di un contatto con la natura;** chi sceglie il **mare**, più spesso che per le altre destinazioni, è guidato dai **prezzi convenienti**; chi sceglie città e borghi lo fa anche per visitare musei e monumenti, oltre che per andare a trovare parenti o amici.
- **La città di provenienza differenzia molto i desiderata della vacanza:** il contatto con la natura è più ricercato da romani, veronesi e baresi; i napoletani e cagliaritari (ma anche fiorentini e milanesi) spesso uniscono la vacanza alla visita a parenti e amici; per fiorentini e napoletani soprattutto la meta è scelta anche in funzione delle offerte/ prezzi convenienti; i bolognesi, invece, sono i più attratti dalla qualità delle strutture. La **natura**, inoltre, è ricercata soprattutto dalla **Gen X**, mentre **i Millennials sono i più attenti ai prezzi**; i Baby Boomers scelgono la meta anche per visitare monumenti o musei più degli altri; all'opposto, la Gen Z mostra il maggiore interesse per il relax (terme, spa, ecc.) e – naturalmente – per la movida.

## KEY POINTS 2/4

- **L'automobile è il mezzo principale con cui gli italiani raggiungeranno la meta delle vacanze, scelta da 1 viaggiatore estivo su 2** (soprattutto da napoletani e veronesi). Tra chi vive a Firenze, Torino, Verona (oltre naturalmente a Cagliari) si registra la maggior quota di chi viaggerà in aereo. Tra i milanesi che viaggeranno, uno su cinque partirà in treno. **L'automobile è scelta soprattutto dai baby boomers, mentre tra i più giovani è sopra media chi viaggerà in aereo (soprattutto la Gen Z).** L'età non differenzia invece la scelta del treno, stabile al 10% per tutte le generazioni.
- **L'hotel/b&b/agriturismo è la soluzione di alloggio più ricercata**, soprattutto tra chi visiterà città o borghi; tra chi farà vacanze al mare o in montagna, sale la quota di quanti andranno in una casa in affitto (quasi 1 su 4); tra chi farà le vacanze in campagna/collina, si accentua chi soggiognerà nella casa di famiglia o da parenti/amici o in couch surfing. **L'hotel/b&b/agriturismo è l'opzione più scelta anche tra chi vive nelle aree metropolitane, seguono le case in affitto.** Hotel/b&b/agriturismi sono ricercati soprattutto dai Boomers, mentre la casa in affitto dai Millennials; a sfruttare case di famiglia sono soprattutto i Baby Boomers; la Gen X, invece, sceglie più della media di stare da parenti o amici.
- **4 italiani che viaggeranno su 10 hanno prenotato le vacanze su internet; quasi 2 su 10 hanno contattato direttamente la struttura; 1 su 10 ha usato un'agenzia di viaggi.** Su internet sono stati prenotati oltre la metà dei soggiorni in hotel&simili; il contatto diretto con la struttura è utilizzato soprattutto tra chi sceglie campeggi e case in affitto; l'agenzia di viaggi resta forte sui villaggi turistici, anche se seconda ad internet. **Internet è lo strumento più usato per le prenotazioni anche tra i residenti nelle aree metropolitane**, soprattutto tra veronesi, cagliaritari e baresi; quasi 1 su 4 di chi risiede nelle aree metropolitane e viaggerà, lo farà senza prenotare, appoggiandosi a seconde case o case di amici, oppure viaggiando in libertà con il camper (soprattutto tra torinesi e cagliaritari). **L'età definisce la scelta del canale con cui prenotare le vacanze:** i portali di viaggi sono utilizzati soprattutto da Millennials e Gen Z; tra i Baby Boomers, invece, è più diffuso il contatto diretto con la struttura.
- **Il meteo è la preoccupazione principale dei viaggiatori dell'estate 2024: quasi 1 su 2 teme piogge e/o caldo eccessivo;** il maltempo preoccupa soprattutto chi viaggerà in crociera e in Europa, ma anche il 27% di quanti hanno scelto l'Italia; il caldo eccessivo è temuto soprattutto da chi starà in Italia; la possibilità di infortuni spaventa soprattutto chi andrà in paesi extra europei. **Tra chi risiede nelle aree metropolitane, i timori sono in linea con il resto della popolazione: in primis preoccupa il meteo.** La preoccupazione per il maltempo è maggiore tra i Baby Boomers; i Millennials temono più della media affollamento e costi extra; tra la Gen Z emerge, invece, il timore legato alla possibilità di avere incidenti. Gen X e Boomers, nel complesso, risultano i meno afflitti da preoccupazioni legate alla vacanza.



## KEY POINTS 3/4

- **Nella scelta della struttura ricettiva, i servizi offerti sono fondamentali per 7 italiani su 10; segue a breve distanza il prezzo/modalità prenotazione.** Per 1 su 5 conta il giudizio altrui (rating, passaparola), soprattutto tra bolognesi e fiorentini. Sono soprattutto milanesi, bolognesi e baresi a dare importanza ad elementi «soft» (esperienze passate, sensazione di sentirsi ben accolti) al momento di scegliere la struttura. **Le caratteristiche e i servizi offerti guidano la scelta della struttura soprattutto per Millennials e Gen X.** Il prezzo e le modalità di prenotazione sono invece il primo elemento di scelta per i Baby Boomers, e rappresentano un criterio importante anche per la Gen X, più della media. La Gen Z dà più peso, invece, alle caratteristiche della stanza/casa e al passaparola.
- **Più in dettaglio, 1 italiano su 2 sceglie in base al prezzo la struttura in cui alloggiare per le vacanze** (2 su 3 tra i veronesi). Fondamentale anche la posizione; il terzo driver è la cancellazione gratuita, che aiuta a tutelarsi dagli imprevisti. **Il prezzo è primario nella scelta soprattutto tra Gen X e Boomers, mentre tra i Millennials si accentua la posizione della struttura.** La Gen Z, invece, dà più peso rispetto alla media al rating/giudizio degli altri utenti sui siti di prenotazione, il passaparola, la dimensione e l'arredamento della stanza e **l'approccio eco friendly della struttura.**

## KEY POINTS 4/4

- **In generale, oltre 1 italiano su 2 quando viaggia utilizza prevalentemente le carte per i pagamenti (anche nelle grandi città); solo 1 su 4 prevalentemente il contante.** L'abitudine a pagare con le carte in viaggio è consolidata tra tutte le generazioni; la Gen Z è la più eclettica e paga maggiormente con mix di strumenti di pagamento. Il pagamento con le carte spicca soprattutto tra Millennials e Baby Boomers
- **Pernottamenti, ristorazione e benzina le voci di spesa pagate maggiormente con carta, ma anche le attrazioni e i divertimenti;** il contante «vince» sulla carta solo per souvenir e parcheggi, ed è piuttosto diffuso anche per i trasporti pubblici e il noleggio di attrezzature; il cellulare ha una quota trasversale su tutte le tipologie di spesa (probabilmente chi sceglie di utilizzarlo paga più tipologie di spese con questo strumento)
- **Parcheggi: oltre il 40% di fiorentini, cagliaritari, milanesi e bolognesi li paga con carta; tra i bolognesi sono più diffusi anche i pagamenti con app/cellulare;** l'abitudine di pagare i parcheggi con i dispositivi di telepedaggio è più diffusa tra i milanesi e i torinesi. **Nel complesso, per il pagamento dei parcheggi, contanti e carte si equivalgono (41% usa prevalentemente i contanti, 42% le carte o carte/app su cellulare);** l'abitudine di pagare i parcheggi in contanti è maggiore tra la Gen X, con la carta principalmente tra i Millennials
- **Quasi 1 italiano su 2 paga i pedaggi autostradali con carta; quasi 1 su 4 utilizza dispositivi di telepedaggio** (soprattutto tra chi vive nelle grandi città del Centro-Nord: a Firenze e Milano circa un cittadino su 3). Il contante è ancora utilizzato per pagare i pedaggi da poco più di 1 italiano su 4; il 6% degli italiani paga con il cellulare, soprattutto nelle grandi aree metropolitane del Sud e Isole. **Sono i Boomers i maggiori user di dispositivi di telepedaggio; Millennials e Gen X utilizzano di più le carte, ma il contante è presente sopra media tra la Gen X;** tra la Gen Z, 1 su 10 paga il pedaggio con il cellulare su cui ha memorizzato le proprie carte.
- **1 italiano su 5 non utilizza dispositivi di telepedaggio a causa dei costi fissi troppo alti** (soprattutto tra torinesi, milanesi, fiorentini e bolognesi). Le principali resistenze al dispositivo di telepedaggio sono legate ai pochi viaggi effettuati (40%) o alla ridotta esperienza di code al casello (19%). **Sono soprattutto Gen X e Boomers che dichiarano di viaggiare poco e quindi di non avere l'esigenza di un dispositivo di telepedaggio;** la Gen Z esprime, più delle altre generazioni, timori per possibili guasti tecnici; i Millennials sono i più scettici: credono più della media che questi dispositivi non aiutino realmente ad evitare le code ai caselli.
- **Tra i residenti in alcune aree metropolitane è più elevato l'interesse per i dispositivi di telepedaggio** (Milano, Firenze, Napoli e Bari). **Interesse più elevato per i dispositivi di telepedaggio tra la Gen Z:** tra i più giovani, infatti, il 14% si dichiara certamente interessato. Maggior chiusura tra i Baby Boomers, dove i «no» prevalgono sui «sì».