



Un sondaggio di Omio rivela Interessi personali prima degli influencer: solo il 6% dei viaggiatori italiani sceglie la prossima destinazione in base ai trend social

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Passioni personali, non tendenze del momento: nelle decisioni di viaggio contano soprattutto gli interessi individuali e i consigli di amici e familiari, piú che quelli degli influencer

BERLIN, 15 giugno 2026 /PRNewswire/ - Nonostante la convinzione diffusa che i social media influenzino in modo determinante le scelte di viaggio, una nuova ricerca racconta una realtà diversa. Solo il 6% dei viaggiatori dichiara di scegliere la propria destinazione per le vacanze sulla base dei trend sui social media o dei contenuti piú popolari online. La maggior parte, invece, privilegia i propri interessi personali e si dichiara piú soddisfatta quando lo fa.

Quanto emerge da una nuova indagine internazionale realizzata da Omio, la piattaforma multimodale per la prenotazione di viaggi, in collaborazione con YouGov. Lo studio ha coinvolto 7.567 persone in Italia, Spagna, Germania, Regno Unito e Stati Uniti tra coloro che prevedono di viaggiare. Ecco cosa ci dicono, nel dettaglio, i viaggiatori italiani.

Viaggiare è una scelta personale

Per la maggior parte delle persone, le vacanze continuano a essere guidate da ciò che conta davvero a livello individuale. Il 58% degli intervistati indica gli interessi personali come uno dei fattori piú importanti nella pianificazione di un viaggio, superando persino il budget (50%) e le considerazioni pratiche, come la facilità degli spostamenti o la logistica (40%).

Si viaggia per passione, non per i like

La ricerca evidenzia inoltre che le vacanze vengono raramente vissute come un'occasione da esibire sui social. Solo il 4% degli italiani dichiara di sentirsi sotto pressione nel documentare o condividere il proprio viaggio online, mentre appena il 7% sceglie una destinazione in base a quanto possa apparire suggestiva o suscitare invidia degli altri.

Oltre l'hype delle destinazioni virali

Più che seguire le tendenze, molti viaggiatori sembrano prenderne le distanze in modo consapevole. Il 18% dichiara di aver evitato destinazioni percepite come troppo affollate o sopravvalutate e la stessa percentuale afferma di cercare attivamente alternative meno conosciute e meno frequentate. Un dato che riflette una crescente attenzione verso esperienze di viaggio più autentiche e personali, dove conta di più ciò che si vive che ciò che si condivide online.

Il passaparola continua a fare la differenza

I social media restano un canale di ispirazione rilevante, ma incidono in misura limitata sulla decisione finale. Solo il 6% dei viaggiatori italiani cita influencer o altre fonti online come fattori rilevanti nella pianificazione di un viaggio. Al contrario, il 18% ha scelto una meta su suggerimento di amici, familiari o colleghi.

Condivisione o approvazione? Le differenze generazionali

Tra la Generazione Z, il 26% ammette di percepire una forte aspettativa sociale nel visitare determinati luoghi o pianificare viaggi che meritino di essere condivisi online. Tra i Baby Boomer questa percentuale scende al 14%. Inoltre, il 12% degli appartenenti alla Gen Z dichiara di aver scelto una destinazione perché ritenuta particolarmente interessante, spettacolare o apprezzata dagli altri.

Commentando i risultati della ricerca, Veronica Diquattro, President B2C & Supply di Omio, ha dichiarato:

“Il viaggio è uno degli ambiti in cui le persone stanno reagendo alla pressione di seguire le tendenze e conformarsi alle aspettative. I nostri dati mostrano che la maggior parte dei viaggiatori non cerca di stare al passo con l'hype online, ma preferisce esperienze che rispondano realmente ai propri interessi ed esigenze. I social media possono offrire spunti e ispirazione, ma sono le passioni personali e i consigli delle persone di fiducia a guidare le decisioni di prenotazione. È proprio qui che piattaforme come Omio possono fare la differenza, aiutando ciascuno a trasformare l'ispirazione nel viaggio più adatto alle proprie esigenze.”

Informazioni sulla ricerca

I dati si basano su interviste online condotte da YouGov tra membri del proprio panel che avevano precedentemente accettato di partecipare a ricerche di mercato. L'indagine è stata realizzata tra l'8 e l'11 aprile 2026 e ha coinvolto complessivamente 7.567 persone. Il campione è stato costruito secondo quote rappresentative per età, genere e area geografica e i risultati sono stati successivamente ponderati. I dati sono rappresentativi della popolazione residente in Germania, Spagna, Italia, Regno Unito e Stati Uniti.

View original content: <https://www.prnewswire.com/it/comunicati-stampa/un-sondaggio-di-omio-rivela-interessi-personali-prima-degli-influencer-solo-il-6-dei-viaggiatori-italiani-sceglie-la-prossima-destinazione-in-base-ai-trend-social-302800507.html>

Copyright 2026 PR Newswire. All Rights Reserved.

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE: Immediapress - un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dall'ente che lo emette. Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

[immediapress/pr-newswire](#)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Giugno 15, 2026

Autore

redazione

default watermark