

HeyLight Focus On Travel – Ottobre 2026

**HeyLight presenta la nuova ricerca dedicata al mondo del turismo:
otto italiani su dieci hanno viaggiato nell'estate 2026,
con un budget medio stimato di 1.386€ a persona**

Le vacanze cambiano forma: rispetto a qualche anno fa, l'80% dei vacanzieri sceglie sempre più spesso soggiorni brevi durante l'anno e quasi uno su due utilizza l'Intelligenza Artificiale per pianificare le proprie vacanze.

Cresce anche la conoscenza del Buy Now Pay Later: il 67% degli italiani conosce questa modalità di pagamento. Tra quanti prenderebbero in considerazione il BNPL per le vacanze, il 19% lo utilizzerebbe per scegliere una soluzione di viaggio migliore rispetto a quella inizialmente prevista

Milano, 13 ottobre 2026 – Gli italiani non rinunciano alle vacanze e, anzi, nel 2026 mostrano una rinnovata voglia di partire. Nell'estate appena conclusa, oltre **8 italiani su 10 (82%)** hanno trascorso almeno un periodo fuori casa, in crescita rispetto al 75% rilevato nel 2025. Ad accompagnare questa maggiore propensione al viaggio è anche un incremento della spesa media, che raggiunge **1.386 euro a persona**, il 12% in più rispetto allo scorso anno.

Il dato più interessante riguarda però il cambiamento delle abitudini di viaggio. Tra chi fa vacanze, l'80% punta almeno in parte su soggiorni brevi: il 36% li affianca alla vacanza principale, mentre il 23% accorcia la vacanza lunga per partire più spesso. Quasi un italiano su due utilizza, inoltre, strumenti di Intelligenza Artificiale per scegliere le destinazioni, costruire itinerari e organizzare i propri spostamenti. È quanto emerge da **HeyLight Focus On Travel 2026**, la ricerca realizzata da HeyLight, la piattaforma Buy Now Pay Later di Compass.

HeyLight sarà tra i protagonisti del **TTG Travel Experience** che si terrà dal 14 al 16 ottobre presso il Rimini Expo Centre e dell'**Hospitality Day**, in programma il 13 ottobre al Palacongressi di Rimini.

Italiani in vacanza: più partenze e budget in crescita

Nel 2026 sono soprattutto i **Millennials (87%)**, i **ceti medio-alti (88%)** e le **famiglie con figli minorenni (92%)** ad aver viaggiato durante il periodo estivo. Se la durata delle vacanze rimane sostanzialmente stabile rispetto allo scorso anno, cresce invece la spesa media che **raggiunge i 1.386 euro a persona** e supera i 1.500 euro tra le famiglie con figli e la Generazione X. Nonostante l'aumento dei costi, il 42% degli italiani considera la vacanza una spesa importante ma gestibile, mentre un quarto dichiara di aver dovuto prestare attenzione, rinunciando o posticipando altre esigenze.

"La vacanza continua a rappresentare una voce importante nelle scelte degli italiani: il 56% di chi è partito si è organizzato in anticipo per affrontare la spesa, confermando il valore che il viaggio mantiene nelle priorità delle persone", commenta Luigi Pace, Direttore Centrale Marketing &

Innovation di Compass. *"In un contesto economico che richiede attenzione al budget, emerge l'interesse per soluzioni di pagamento capaci di conciliare progetti di viaggio e sostenibilità finanziaria. In questo scenario, il Buy Now Pay Later si inserisce in questa evoluzione, offrendo la possibilità di distribuire il costo della vacanza nel tempo e di gestirlo in modo graduale".*

Dalla vacanza lunga ai viaggi brevi: cambia il modo di partire e cresce l'attenzione alla gestione economica del viaggio.

Uno dei fenomeni più rilevanti emersi dall' **HeyLight Focus On Travel 2026** riguarda la crescente frammentazione delle vacanze.

Oggi 8 vacanzieri su 10 scelgono di distribuire i propri momenti di svago durante l'anno. Il 36% continua a fare una vacanza principale, affiancandola però a ulteriori viaggi brevi, mentre il 23% dichiara di aver ridotto la durata della tradizionale vacanza estiva per concedersi più partenze nel corso dell'anno.

Le motivazioni principali sono il desiderio di visitare un maggior numero di destinazioni (37%) e l'esigenza di staccare dalla routine più volte durante l'anno (36%). Un modello particolarmente diffuso tra Millennials e famiglie con figli minorenni.

Più della metà degli italiani (56%) dichiara inoltre, di aver pianificato in anticipo le spese legate alla vacanza, con il 31% che ha accantonato denaro nei mesi precedenti proprio con questo obiettivo.

L'Intelligenza Artificiale entra nel turismo

Tra le novità più significative del 2026 emerge l'ingresso dell'**Intelligenza Artificiale** tra gli strumenti utilizzati per organizzare viaggi e vacanze.

Il 46% degli italiani dichiara di averla già utilizzata almeno qualche volta, una quota che sale al **62% tra Gen Z e Millennials**. Inoltre, un ulteriore 30% del campione afferma di essere interessato a utilizzarla in futuro.

L'Intelligenza Artificiale viene utilizzata soprattutto nelle fasi di ispirazione e organizzazione del viaggio: il 41% di chi la utilizza la considera utile per individuare nuove mete e destinazioni, il 39% per costruire itinerari personalizzati giorno per giorno e il 31% per trovare ristoranti, strutture ricettive e altri servizi durante la permanenza.

Buy Now Pay Later: cresce la conoscenza e aumenta la propensione all'utilizzo

Accanto ai cambiamenti nelle abitudini di viaggio, continua a crescere anche la familiarità degli italiani con il **Buy Now Pay Later**. Oggi il **67% degli italiani** dichiara infatti di conoscere questa modalità di pagamento, rispetto al 61% rilevato nel 2025. In particolare, la conoscenza raggiunge l'80% tra i più giovani e il 72% tra i Millennials.

Tra chi non ha ancora utilizzato il BNPL per le vacanze o non è partito nell'estate 2026, il 23% prenderebbe in considerazione questa modalità di pagamento per i propri viaggi. Per questo target, i principali vantaggi percepiti sono legati alla possibilità di distribuire la spesa nel tempo (48%), mantenere liquidità per altre necessità (44%) e partire con maggiore serenità (24%); uno su quattro sceglierebbe una soluzione di viaggio migliore rispetto a quella inizialmente prevista.

"Le nuove modalità di consumo mostrano come i viaggiatori siano sempre più orientati verso strumenti che consentano di pianificare e gestire meglio la spesa", commenta Luca Lambertini, Direttore HeyLight – Compass. "Il Buy Now Pay Later si inserisce in questo scenario come una soluzione capace di accompagnare l'evoluzione delle abitudini di viaggio, offrendo maggiore flessibilità nella gestione del budget senza rinunciare ai propri progetti. Un'esigenza che emerge



Shop smart, live bright

anche dalla ricerca: tra chi prenderebbe in considerazione il BNPL per le vacanze, quasi uno su due lo utilizzerebbe per distribuire la spesa nel tempo e il 44% per mantenere liquidità per altre necessità. Per gli operatori del travel significa poter rispondere con una soluzione integrata nel percorso di prenotazione, capace di coniugare semplicità, flessibilità e attenzione alle esigenze del cliente".

HeyLight sarà presente al TTG Travel Experience e all'Hospitality Day con tre workshop che vedranno **Luca Lambertini** tra i relatori. Nel caso dell'**Hospitality Day**, si parlerà di come il BNPL diventi una leva di crescita nel settore e sarà presentato un caso di successo insieme a partner di HeyLight. Al **TTG Travel Experience**, invece, HeyLight parteciperà alla tavola rotonda "La formula dell'eccellenza. Cosa conta davvero (e cosa resta) nel cuore di chi viaggia", dedicata ai fattori che guidano le scelte dei consumatori e rendono memorabile un'esperienza di viaggio.



Shop smart, live bright

Compass Banca

HeyLight è un marchio registrato di Compass Banca S.p.A.

HeyLight è oggi disponibile su quasi 3.000 siti di e-commerce e in circa 40.000 punti vendita in Italia, a cui si aggiungono oltre 1.000 accordi commerciali in Svizzera.

Compass Banca S.p.A., tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, ha sede direzionale in Milano, conta oggi oltre 3 milioni di clienti attivi e 16,6 miliardi di crediti in essere ed opera attraverso più di 340 punti vendita a marchio proprietario presenti su tutto il territorio nazionale. La società può anche contare su oltre 500 accordi distributivi con banche, assicurazioni, reti agenziali, aziende di telecomunicazioni e della grande distribuzione specializzata; in più ha rapporti di affiliazione con oltre 66.000 esercizi commerciali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Mediobanca

media.relations@mediobanca.com

tel. 02 8829 1