COMUNICATO STAMPA

L'estate in cui le vacanze si organizzano con l'intelligenza artificiale: la usa quasi un italiano su due. Ma chi ci ospita è rimasto analogico

I dati dell'Osservatorio per la Sostenibilità Digitale raccontano come sta cambiando il modo di viaggiare degli italiani: il 42,3% usa già strumenti di IA generativa per informarsi, confrontare e scegliere, mentre il 54% delle microimprese – il tessuto di alberghi, B&B, ristoranti e guide che fa il turismo italiano – non la utilizza affatto

Una costante attraversa le rilevazioni dell'Osservatorio: generazioni, territori e imprese corrono a velocità diverse. E d'estate, quando l'Italia si mette in viaggio, le distanze si vedono tutte

Roma, 28 luglio 2026

Quest'estate una parte crescente degli italiani non sfoglia cataloghi né scorre decine di siti: chiede a un'intelligenza artificiale di trovare la meta, confrontare i prezzi e riassumere le recensioni. Secondo i dati dell'Osservatorio per la Sostenibilità Digitale – la rilevazione annuale della Fondazione per la Sostenibilità Digitale, realizzata con l'Istituto di Studi Politici San Pio V, in collaborazione con Adiconsum e Confcommercio – il **42,3% dei consumatori italiani utilizza strumenti di intelligenza artificiale generativa**, e uno su cinque (20,8%) lo fa regolarmente. Chi li usa, dice la ricerca, confronta i prezzi con domande in linguaggio naturale, valuta le strutture in profondità, sintetizza le recensioni da più fonti. Ed è, per questo, più informato, più esigente e meno fedele ai marchi.

Il paradosso: il turista corre, l'ospitalità resta ferma

Il lato dell'offerta racconta un'altra storia. L'Osservatorio ha misurato per la prima volta anche le microimprese – la spina dorsale di commercio, servizi e turismo italiani – e la distanza è netta:

- il **54% dei titolari non usa l'IA in azienda** e il 63,5% pensa che non avrà alcun impatto significativo sul proprio business nei prossimi 3-5 anni
- il **47% di chi non la usa non sa a cosa possa servire**; nessuno, però, cita la mancanza di competenze come ostacolo: è un problema di comprensione, non di diffidenza
- il 31% lavora in modo prevalentemente analogico, il 50% usa strumenti digitali di base non integrati e **appena l'1% ha una strategia digitale strutturata**

Il confronto tra i due mondi è il dato più eloquente della ricerca: i "sostenibili digitali" – chi usa il digitale con consapevolezza e attenzione alla sostenibilità – sono il **29% dei consumatori ma solo il 21% delle microimprese**, mentre il cluster più arretrato pesa il 34% tra i consumatori e sale al **44% tra le imprese**. In altre parole: la domanda è più avanti dell'offerta. E il turismo, fatto quasi interamente di microimprese, è il settore dove questa distanza si tocca con mano, a ogni check-in.

In viaggio con tre generazioni (e nessuna ha tutto)

Le vacanze sono anche il momento in cui le generazioni viaggiano insieme, e qui parla la lettura generazionale dell'Osservatorio. La **Gen Z** è pienamente integrata nel digitale ma non ha una consapevolezza altrettanto solida sulla sostenibilità; i "Baby Boomer", cresciuti con i primi movimenti ambientalisti, hanno spesso una sensibilità ecologica più profonda ma una scarsa dimestichezza digitale. Nessuna generazione, dice la ricerca, ha integrato davvero i due paradigmi: il nipote che prenota tutto dallo smartphone e il nonno che spegne le luci hanno ciascuno metà della soluzione. Anche in vacanza, la sostenibilità digitale è un dialogo tra generazioni.

Il paradosso dei borghi: le mete più amate sono le più fragili digitalmente

C'è poi la geografia. La vera frattura della sostenibilità digitale italiana non è quella tra Nord e Sud, su cui il dibattito insiste da decenni: è quella tra grandi centri urbani da una parte e piccoli comuni e aree rurali dall'altra. Ed è un paradosso che il turismo conosce bene: i borghi e i piccoli centri – destinazioni simbolo dell'estate italiana e del turismo esperienziale – sono esattamente i territori dove infrastrutture digitali, competenze ed ecosistemi d'innovazione faticano di più. Il luogo perfetto da visitare rischia di essere il più difficile da prenotare, raccontare e gestire in chiave digitale.

Il filo rosso: sapere non basta

Edizione dopo edizione, l'Osservatorio registra la stessa costante: un divario profondo tra consapevolezza e comportamento, tra ciò che le persone sanno e ciò che le persone fanno. Vale per i cittadini – attenti alla sostenibilità a parole più che nelle scelte concrete – e vale per le imprese: il 92% dei titolari di microimpresa considera la tecnologia un'opportunità, ma solo l'1% la traduce in una strategia. Il turismo è il settore in cui questo scarto diventa esperienza quotidiana, per chi viaggia e per chi accoglie.

"Le vacanze sono il momento in cui il Paese fa i conti, senza accorgersene, con il proprio rapporto con il digitale. Il viaggiatore che organizza tutto con l'intelligenza artificiale e l'albergatore che non sa a cosa serva sono le due facce della stessa Italia. Piaccia o no, la domanda si trasforma più velocemente dell'offerta: il punto non è rincorrere ogni tecnologia, è capire con quali strumenti il cliente ci sta scegliendo. O scartando" commenta **Stefano Epifani, Presidente della Fondazione per la Sostenibilità Digitale**.

FINE

Nota per le redazioni

Il Presidente della Fondazione, Stefano Epifani, è disponibile per interviste, collegamenti e approfondimenti sui temi del comunicato: come cambia il modo di viaggiare degli italiani con l'intelligenza artificiale, il divario tra turisti e imprese dell'ospitalità, generazioni a confronto in vacanza, il paradosso digitale dei borghi. Su richiesta, la Fondazione mette a disposizione dati, grafiche e materiali di approfondimento delle diverse edizioni dell'Osservatorio.

Nota metodologica

L'Osservatorio per la Sostenibilità Digitale è la rilevazione annuale della Fondazione per la Sostenibilità Digitale – Digital Transformation Institute ETS, realizzata con l'Istituto di Studi Politici San Pio V. Ogni edizione applica il DiSI™ (Digital Sustainability Index) a una diversa chiave di lettura: le regioni (2022), le città metropolitane (2023), il confronto tra grandi centri e piccoli comuni (2024), le generazioni (2025) e, nel 2026, il confronto tra domanda e offerta. L'edizione 2026, "Digitale e Sostenibilità nell'Italia che produce e che consuma", realizzata in collaborazione con Adiconsum e Confcommercio, si basa su due campioni rilevati nel primo trimestre 2026 con metodologia CATI: 1.000 consumatori tra i 18 e i 75 anni, pesati per rappresentatività nazionale, e 300 titolari o dirigenti di microimprese (0-9 addetti), pesati per settore, area geografica e dimensione.

L'elenco dei Partner e delle Università che attualmente fanno parte della Fondazione può essere consultato al seguente link

Informazioni su Fondazione per la Sostenibilità Digitale

La Fondazione per la Sostenibilità Digitale è la prima Fondazione di Ricerca in Italia che analizza le correlazioni tra trasformazione digitale e sostenibilità con l'obiettivo di supportare istituzioni e imprese nella costruzione di un futuro migliore. La sua mission è quella di studiare le dinamiche indotte dalla trasformazione digitale, con particolare riferimento agli impatti sulla sostenibilità ambientale, culturale, sociale ed economica. In quest'ottica la Fondazione sviluppa attività di ricerca, fornisce letture ed interpretazioni della trasformazione digitale, offre indicazioni operative per gli attori coinvolti, intercetta le tendenze del cambiamento e ne analizza gli impatti rispetto allo sviluppo sostenibile.

La Fondazione agisce attraverso una struttura costituita da esperti indipendenti, istituzioni, imprese e università. La Fondazione si ispira e si riconosce nel Manifesto per la Sostenibilità Digitale, una visione sul ruolo delle tecnologie per un futuro sostenibile, che definisce i princìpi sulla base dei quali propone di orientare lo sviluppo tecnologico per contribuire al "soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri".

Ai soci e partner della Fondazione si affianca la Rete delle Università che costituisce il sistema di competenze al quale fa riferimento la Fondazione per lo sviluppo dei suoi progetti e che rappresenta un esempio virtuoso di collaborazione tra istituzioni ed aziende nello sviluppo di progetti e di attività dedicati alla sostenibilità digitale. Tra le Università che fanno parte della Rete, l'Università Sapienza di Roma, l'Università di Pavia, l'Università degli Studi di Cagliari, l'Università degli Studi di Palermo, l'Università degli Studi di Firenze, l'Università degli Studi di Trieste, l'Università di Perugia, L'Università per Stranieri di Perugia, l'Università di Siena, l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, l'Università degli Studi di Torino, l'Istituto di Studi Politici "S. Pio V", l'Università degli Studi di Sassari.

Contatti per la stampa

Fondazione per la Sostenibilità Digitale

Vilma Bosticco (vilma.bosticco@sostenibilitadigitale.it)

Federico Pesce (federico.pesce@sostenibilitadigitale.it)

Prima Pagina Comunicazione

Caterina Ferrara (caterina@primapagina.it)