

COMUNICATO STAMPA

Perché viaggiamo e come il viaggio ci cambia: il primo “Connection Index” di Delta rivela le motivazioni per cui voliamo altrove e l’importanza delle esperienze nel mondo reale

- Dal trasformare le scoperte digitali in avventure nella vita reale al creare legami più profondi durante il viaggio, il turismo sta assumendo un nuovo significato.

xx aprile 2026 - Un nuovo rapporto sulle tendenze globali di Delta Air Lines, intitolato “[Connection Index: Why We Fly](#)”, esplora i motivi per cui scegliamo di volare e, di conseguenza, le sensazioni che questo ci suscita. Il rapporto offre uno sguardo approfondito sul perché i viaggiatori di oggi diano la priorità alle esperienze autentiche in un'epoca di crescente ossessione per il digitale e sul perché il desiderio di immergersi nel mondo reale non sia mai stato così forte.

Con il progressivo spostarsi della vita quotidiana sugli schermi, i viaggiatori affermano che vivere il mondo in prima persona assume un’importanza sempre maggiore. La ricerca evidenzia inoltre che il desiderio di esplorare e di entrare in contatto diretto con gli altri rimane estremamente forte.

I RISULTATI PIU’ SIGNIFICATIVI DELLA RICERCA

- L’84% dei viaggiatori di tutto il mondo dichiara di provare un forte **desiderio di viaggiare** e di **entrare in contatto con nuovi luoghi e persone**, indipendentemente da ciò che accade nel mondo; questo sentimento è particolarmente forte tra la Generazione Z e i Millennial.
- Il 79% dei viaggiatori di tutto il mondo afferma che, in un'epoca in cui così tanti contenuti possono essere generati o modificati dall'intelligenza artificiale, **vivere un'esperienza di persona** risulta più significativo. Il dato sale all’88% in Corea mentre scende al 70% in Italia.
- L’80% afferma che viaggiare li aiuta a entrare in contatto con nuove persone e a **combattere la solitudine**, cosa particolarmente vera per gli uomini (82%).
- Il 73% dichiara di aver intrapreso un viaggio specificamente per **vedere dal vivo qualcosa scoperto per la prima volta online**.
- Il 38% afferma che viaggiare li aiuta a essere **più presenti** nelle loro relazioni.



Nel loro insieme, i risultati evidenziano come il viaggio continui a svolgere un ruolo fondamentale nell'aiutare le persone a entrare in contatto con luoghi, persone e prospettive al di là dello schermo.

La ricerca completa è disponibile [QUI](#)

Nota metodologica

Il sondaggio di Delta Air Lines è stato condotto da Wakefield Research (www.wakefieldresearch.com) su un campione di 9.000 viaggiatori nei seguenti mercati: Brasile, Canada, Italia, Giappone, Messico, Sudafrica, Corea del Sud, Regno Unito e Stati Uniti, con una quota di 1.000 intervistati per mercato, tra il 24 febbraio e il 4 marzo 2026, tramite invito via e-mail e sondaggio online. Per “viaggiatori” si intendono coloro che hanno viaggiato in aereo almeno una volta negli ultimi 12 mesi. I dati sono stati ponderati a fini di monitoraggio.

Delta Air Lines

Grazie a un servizio impeccabile e alla forza dell'innovazione, Delta Air Lines (NYSE: DAL) non smette mai di impegnarsi per far sì che ogni viaggio sia personalizzato sulle esigenze di ogni passeggero.

Il team Delta, composto da 100.000 professionisti, è all'avanguardia nell'offrire un'eccellente customer experience su oltre 5.500 voli giornalieri Delta e Delta Connection verso più di 300 destinazioni in sei continenti, contribuendo ad avvicinare luoghi e persone. Nel 2025 Delta ha trasportato più di 200 milioni di passeggeri – in modo sicuro, affidabile e con un'innovazione nel servizio clienti leader del settore – e nel 2025 ha ottenuto da J.D. Power il primo posto nella classifica di soddisfazione dei passeggeri di Premium Economy.

Con sede ad Atlanta, Delta opera in hub importanti e mercati chiave ad Amsterdam, Atlanta, Bogotà, Boston, Detroit, Lima, Londra-Heathrow, Los Angeles, Mexico City, Minneapolis-St. Paul, New York-JFK e La Guardia, Parigi-Charles de Gaulle, Salt Lake City, Santiago del Cile, San Paolo, Seattle, Seoul-Incheon e Tokyo. In qualità di compagnia aerea leader a livello mondiale, la missione di Delta di collegare il mondo crea opportunità, promuove la comprensione ed allarga gli orizzonti, mettendo in comunicazione le persone e le comunità, e il loro potenziale. Il vettore è stato inoltre riconosciuto come la migliore compagnia aerea statunitense dal Wall Street Journal e da Cirium come la compagnia aerea più puntuale del Nord America nel 2025.

Delta si adopera per garantire che il futuro dei viaggi sia connesso, personalizzato e piacevole. La motivazione genuina del personale Delta è quella di far sentire ogni passeggero accolto e rispettato, in ogni fase del suo itinerario.

Oltre ai premi di J.D. Power e Cirium, Delta è stata nominata la compagnia aerea più ammirata al mondo e una delle 100 migliori aziende per cui lavorare secondo Fortune; il miglior vettore per i viaggiatori d'affari da Business Travel News; miglior compagnia aerea statunitense ai Verified Air Travel Awards di Forbes Travel Guide. Inoltre, negli ultimi sette anni Delta è stata nominata tra le Civic 50 da Points of Light come una delle aziende statunitensi più attente alla comunità e migliore compagnia aerea statunitense da The Points Guy.

Delta è la compagnia aerea più premiata degli Stati Uniti grazie alla dedizione, alla passione e alla professionalità del suo personale.

Per ulteriori informazioni su questo comunicato contattare:

ABC PR Consulting

Maria Vittoria Ambrosioni/Chiara Bartoli

Tel: +39 02 83527768

Maria Vittoria Ambrosioni: mv.ambrosioni@abc-prc.com; tel: +39 335 1738475

Chiara Bartoli: c.bartoli@abc-prc.com; tel. +39 345 4569748