

Domenica sera, italiani più felici se hanno viaggiato nel weekend

La **domenica sera** gli **italiani** sono più felici se hanno viaggiato nel **weekend**. L'ha scoperto [Trainline](#), la piattaforma per la vendita di biglietti ferroviari online in tutta Europa. Trainline ha indagato lo stato d'animo degli italiani al termine del fine settimana, e chi viaggia risulta non solo più felice (38% vs. 25%), ma anche più ricaricato (28% vs. 21%), e si sente decisamente meno stanco (13% vs. 19%), rispetto a chi ha passato il fine settimana a casa.

Inoltre, chi abitualmente trascorre i propri weekend fuori città, vorrebbe poterlo fare ancora di più se potesse (63%). E se il pensiero che accomuna gran parte degli italiani la domenica sera è quello legato alla settimana che sta per arrivare (67%), tra coloro che nel weekend hanno viaggiato c'è un 13% che sfrutta la domenica sera per pensare a dove andare il weekend successivo.

Oppure, pur di non tornare a casa, e cercare di prolungare quanto più possibile il fine settimana, qualcuno si rifugia al ristorante (34% vs. 25%), o a cena a casa di amici (25% vs. 14%).

Ma dove va chi viaggia nel weekend? L'81% parte alla ricerca di posti nuovi in Italia, ma non disdegna brevi viaggi all'estero (30%).

Il mezzo di trasporto per arrivare a destinazione più rilassati, e godersi al meglio il fine settimana, risulta essere il treno (55%), perché permette di visualizzare con anticipo costi e prezzi più vantaggiosi per il 66% degli intervistati e consente modalità di prenotazione facili e veloci (36%). Dopo il treno il mezzo più usato è l'auto (53%), seguito dall'aereo (35%).

E per rendere piacevole il momento della domenica sera Trainline ha recentemente coinvolto i viaggiatori in arrivo alla stazione di Milano Centrale al rientro dal fine settimana con un benvenuto speciale: una "schiscetta" gourmet offerta dalla stessa Trainline con i consigli di viaggio di Chef Rubio, ospite dell'evento organizzato per affrontare la domenica e il viaggio verso la settimana in arrivo.