



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

IL MERCATO TURISTICO DEL REGNO UNITO

Tendenze e profili dei turisti provenienti dal
Regno Unito

Torino, 20 giugno 2025





Premessa e metodologia

Per rendere disponibili **indicazioni circa le intenzioni di viaggio dei prossimi mesi su mercati di interesse**, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha adottato, in via sperimentale, **strumenti di sondaggio specifici**. In particolare, a fronte dell'andamento in flessione dei movimenti provenienti dal **mercato britannico** riconducibili anche alla pandemia Covid-19 e alla Brexit, si è inteso focalizzare l'attenzione su questo mercato.



Membri del panel

Panel **rappresentativo di adulti (+18 anni)** in ogni mercato

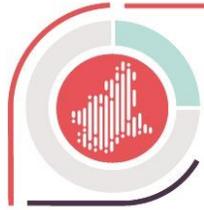
20 regioni turistiche italiane mostrate ad un membro del panel in una volta



Raccolta dati mensile, con aggiornamento trimestrale

Ogni mese vengono condotte **250 interviste in ogni mercato**, per un totale di **750 interviste a trimestre**

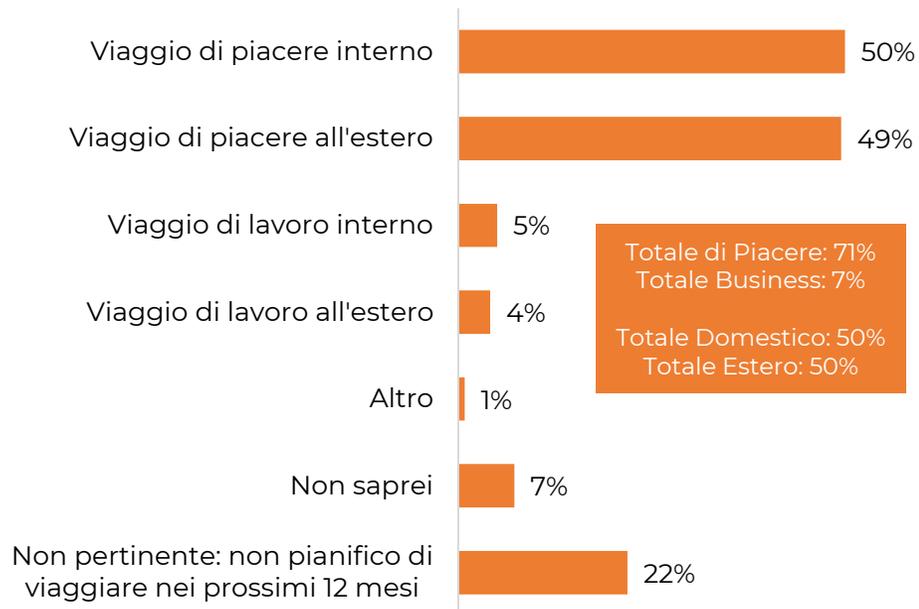
I dati accumulati sono aggiornati trimestralmente.



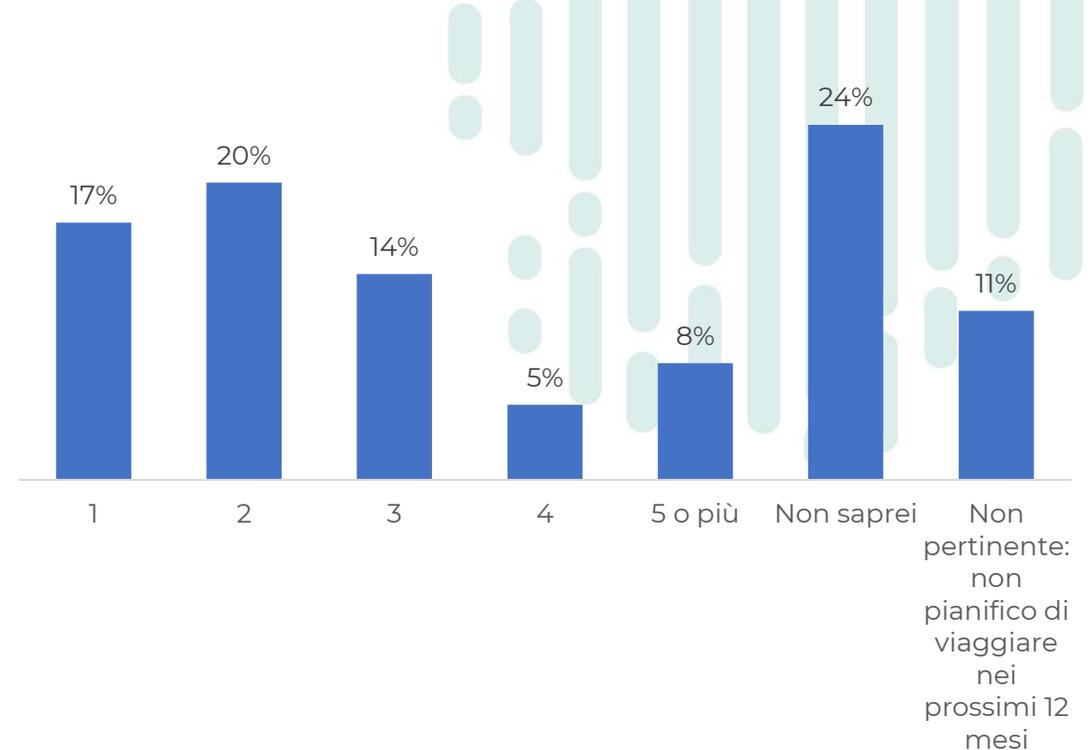
Quasi tre quarti dei britannici hanno in programma vacanze di piacere nei prossimi mesi

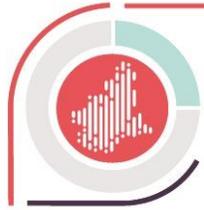
Alla pari coloro che dichiarano di voler fare vacanze in Gran Bretagna e all'estero (50%), con la maggior parte dei rispondenti che pianifica da uno a tre viaggi nei prossimi 12 mesi. Più rari i viaggi di lavoro.

VIAGGIO PIANIFICATO NEI PROSSIMI 12 MESI



NUMERO DI VIAGGI PROSSIMI 12 MESI





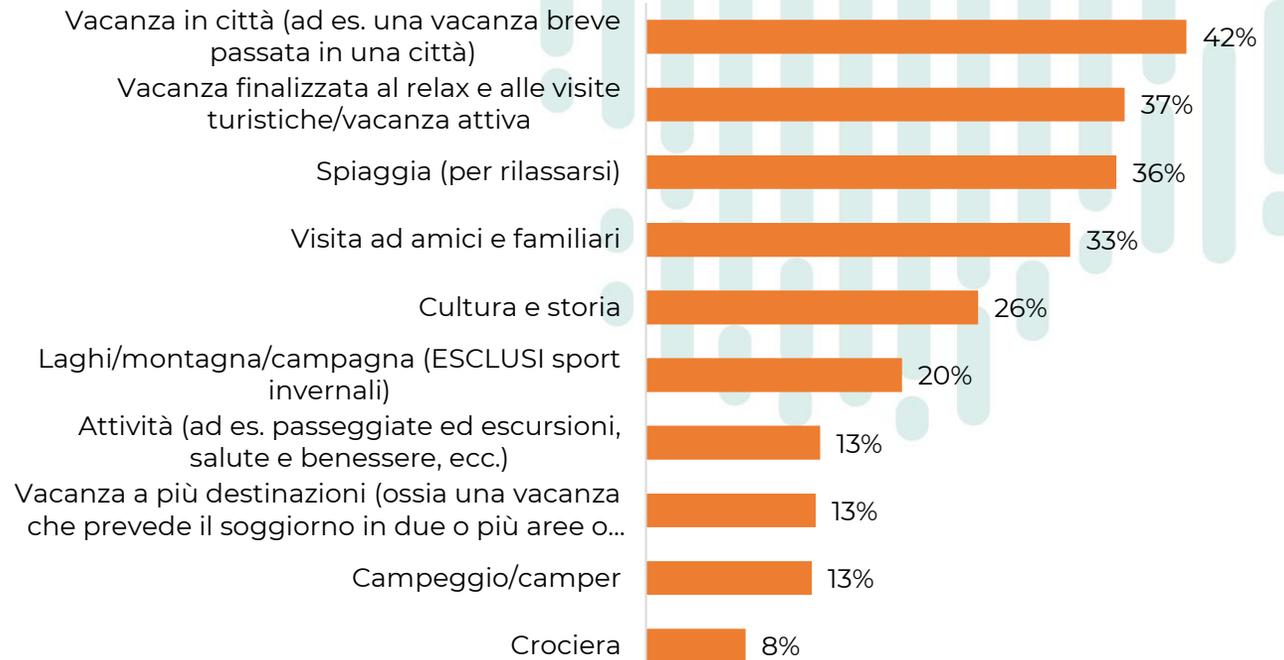
I britannici si dichiarano viaggiatori attenti al budget

La **tipologia** più comune di **viaggiatore britannico** è quello **“attento al budget”**; molto distaccati tutti gli altri. La **vacanza preferita** è quella in **città**, seguita da un **mix di relax, leisure e vacanza attiva**; poi spiaggia, e visite ad amici e famigliari.

TIPOLOGIA DI VIAGGIATORE



TIPOLOGIA DI VACANZE SOLITAMENTE EFFETTUATA (Top10)

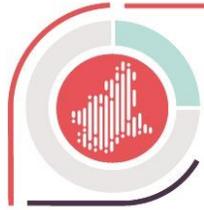


Budget/Value traveller (i.e. I set a budget and do my best not to go over the budget)
All-inclusive/package traveller (i.e. cruises or other all-inclusive travel packages)
Responsible traveller (i.e. wellness focused, environmental impact, culturally minded)
Weekend traveller (i.e. 3-day weekend trips)
Adventurous traveller (i.e. my main priority in traveling is exploring the destination, outdoors focused activities)
Luxury traveller (i.e. tend to fly business or first-class and stay in 5-star accommodations)

[traveller_type] Which of the following, if any, BEST describes the type of traveller you are?

[holiday_fav] Thinking more generally about the holidays that you go on, not just those that you have taken in the last 12 months, which, if any, of the following types of holidays do you typically take? Please select all that apply.

Base: NatRep UK (n=750)



Il rapporto qualità/prezzo e clima fattori decisivi

Tra le ragioni di scelta della destinazione più recente, il **rapporto qualità-prezzo** è il **primo criterio**, seguito dal clima, quindi dalla presenza di siti storici e culturali. Gli ostacoli sono invece il prezzo del viaggio stesso e dell'alloggio, oltre a vincoli lavorativi o familiari. Da notare che **il basso costo assoluto è «solo» il quarto criterio**, mentre è il rapporto tra qualità dell'offerta e prezzo a guidare la scelta.

RAGIONI DI SCELTA DESTINAZIONE PIÙ RECENTE



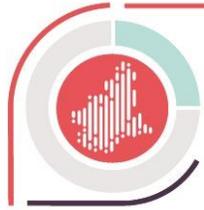
OSTACOLI ATTUALI AL VIAGGIARE



[holiday_select_reason] Thinking of your most recent holiday, which, if any, of the following influenced your choice of holiday/holiday destination? Please choose all that apply.

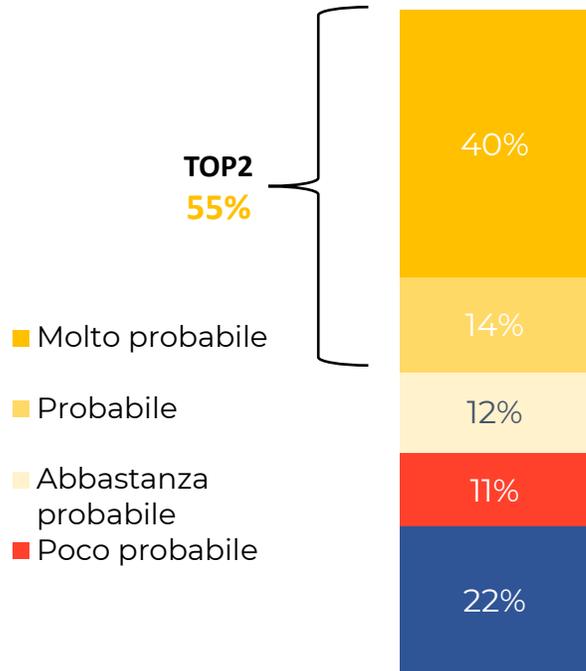
[holiday_obstacle] Which, if any, of the below factors are currently preventing you from travelling? Please select all that apply.

Base: 750



Rispetto alla popolazione UK, il profilo del viaggiatore britannico tende a essere più giovane, più «londinese» e apprezza un maggior numero di tipologie di vacanza

Quanto è probabile che viaggerai nei prossimi 12 mesi?



PROBABILMENTE VIAGGERANNO NEI PROSSIMI 12 MESI: IL PROFILO

Genere	UOMO	DONNA	Età	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	
TOP2 LIKELY	48%	52%	TOP2 LIKELY	10%	21% ↑ <small>vs 15% tot. pop.</small>	20%	13%	35%	
Regione geografica	NORD	MIDLANDS	EST	LONDRA	SUD	INGHILTERRA (NET)	GALLES**	SCOZIA	IRLANDA DEL NORD**
TOP2 LIKELY	23%	16%	7%	16% ↑ <small>vs 13% tot. pop.</small>	23%	85%	3% ↓ <small>vs 5% tot. pop.</small>	9%	4%
Tipologie di vacanza preferite	CITTA'	SPIAGGIA (RELAX)	MISTO RELAX E ATTIVITA'	VISITA AD AMICI E FAMIGLIA	CULTURA E STORIA	LAGHI/MONTAGNA/CAMPAGNA	VACANZA CON PIU DESTINAZIONI		
TOP2 LIKELY	54% ↑	47% ↑	46% ↑	36% ↑	32% ↑	22%	21% ↑		



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE



REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

osservatorio.turismo@visitpiemonte.com

Visit Piemonte

Regional Marketing and Promotion
Via Bertola 34 | 10122 Torino | Italy

www.visitpiemonte.com
www.visitpiemonte-dmo.org

P.IVA 09693360019