

L'esperienza raggiunge il Piemonte con un volo aereo

Torino, 14 luglio 2025

Premessa

Con riferimento al progetto di azioni di promozione con il **TORINO AIRPORT 2024**, per il periodo **febbraio – maggio 2025** vi è stata la possibilità di realizzare una **survey** sui **visitatori** della **VIP lounge** allestita con i visual del **brand Piemonte**.

L'**obiettivo** dell'**indagine** era quello di **conoscere** il **profilo** del **visitatore** che ha fatto accesso alla **VIP lounge**, **valutare** la sua **esperienza turistica/soddisfazione** e **proporre** una **call to action** verso il **Piemonte** come destinazione turistica (visita a visitpiemonte.com, accreditamento della Destinazione Piemonte fra le opzioni di prossimi viaggi del visitatore nella sua mente, etc...).

Dai **dati** sui **visitatori** della **VIP lounge** nel periodo **febbraio - maggio 2024**, era emerso che l'accesso era avvenuto nella precedente stagione in larga misura con **Priority Pass** e con una distribuzione che vede visitatori provenienti dai **principali Paesi europei** di lingua **germanofona, francofona e spagnola**, oltre che **italiana**, coerentemente con i **bacini turistici** del **Piemonte**.

A fronte della motivazione di base di accesso alla **VIP lounge** dei visitatori (riposo e ristoro), si è previsto di **chiedere** al **visitatore** la **disponibilità** a compilare il **questionario on-line** disponibile in **4 lingue** accessibile via **QR-Code** con **circa 10 domande**.

Metodologia e struttura della survey

Il questionario, reso disponibile in **quattro lingue** (italiano, inglese, francese e tedesco), è stato somministrato dal personale Sagat ai passeggeri che hanno avuto accesso alla **Lounge VIP** dell'**aeroporto** di **Torino Caselle**, con l'obiettivo di **rilevare** la **loro esperienza turistica** legata al **Piemonte**.

Dopo una breve **sezione introduttiva** (compagnia aerea e tipo di accesso), una **domanda filtro** ha indirizzato il visitatore verso **tre percorsi differenti**:

- **Sezione 1 – Esperienza turistica in Piemonte:**
per chi ha soggiornato in Piemonte durante il periodo febbraio-maggio 2025.

- **Sezione 2 - Esperienza turistica precedente:** per chi non ha soggiornato in questa occasione, ma ha visitato il territorio in passato.
- **Sezione 3 - Esperienza turistica in Piemonte (approfondimento vacanza):** solo per chi ha indicato “vacanza” come motivazione del viaggio nella sezione 1 oppure 2: include domande aperte su scoperta della destinazione, suggerimenti e raccomandazioni.

Il questionario si chiudeva con un **ringraziamento** e un **invito** a visitare visitpiemonte.com.

I dati del campione

Il **campione** rilevato dalle **risposte** registrate risulta caratterizzato come segue:

- composto da **339 risposte**, con la maggior parte raccolte in **marzo (115)** e **febbraio (95)**.
- la lingua prevalente utilizzata per rispondere al questionario è l'**italiano (190 risposte)**, seguita da **inglese (134)**, **francese (13)** e **tedesco (2)**.

Su un totale di **339 interviste**, **Ryanair** è la compagnia più utilizzata tra i rispondenti che hanno fatto accesso alla *VIP Lounge*: **35%** dei rispondenti rispetto al totale; seguono **ITA Airways (18%)** e **AirDolomiti (14%)**.

La **modalità di accesso** più utilizzata è **Priority Pass (50%)**, seguita da **ITA Airlines (12%)**. **Air France** e **Air Dolomiti** raccolgono ciascuna il **9%** delle risposte, mentre **altre tipologie di accesso** totalizzano il **7%**.

Seguono **Dragonpass (6%)**, **KLM (4%)** e **British Airways (4%)**.

Il **78%** dei rispondenti ha soggiornato a **Torino o in Piemonte** nel periodo **febbraio-maggio 2025**, mentre il **13%** ha **viaggiato in giornata** e il **9%** ha **transitato solo in aeroporto**.

In sintesi, rispetto al numero di passaggi in **VIP Lounge** e alla distribuzione in confronto alle compagnie aeree utilizzate, il **campione** risulta tale da poter fornire **solo indicazioni**

qualitative attendibili anche in relazione alla **maggiore presenza** di **interviste** raccolte rispetto alla compagnia **Ryanair** che opera molteplici collegamenti.

Principali risultati

Dai dati raccolti emerge quanto segue.

- **Esperienza turistica in Piemonte:**
 - il **motivo principale** indicato dai rispondenti è il **viaggio d'affari o lavoro** (**43%**), seguito dalla **visita a familiari o amici** (**27%**) e quindi per **vacanze** (**21%**);
 - la **maggior parte dei rispondenti** (tra coloro che non sono in transito presso l'aeroporto) ha visitato **solo Torino** (**72%**). Seguono a distanza i gruppi di coloro che hanno visitato **solo altre zone del Piemonte** (**11%**) e **Torino e altre zone del Piemonte** (**9%**). Una quota minima dichiara di **non aver visitato il territorio** (**8%**);
 - la **durata del soggiorno più frequente** è di **2 notti** (**26%**), seguita da **1 notte** (**20%**) e **3 notti** (**16%**);
 - la **maggior parte dei rispondenti** ha viaggiato **da solo/a** (**56%**) coerentemente con la più ampia motivazione di viaggio riconducibile al *business*. Seguono i viaggi **con il/la partner** (**19%**) e **con la famiglia** (**10%**);
 - il **77%** ha espresso un **livello di soddisfazione** molto alta con un voto **maggiore o pari a 8**.
- **Esperienza turistica in Piemonte (approfondimento vacanza)** tra coloro che hanno soggiornato nel periodo **febbraio – maggio 2025**:
 - tra i **turisti con motivazione di vacanza** ospiti della VIP Lounge, la quota più alta ha visitato **solo Torino** (**47%**). **Equamente** suddivisi in pari quote color che hanno visitato **solo altre zone del Piemonte** (**28%**) e **Torino e altre zone del Piemonte** (**25%**);
 - la **durata del soggiorno più frequente** è **più di 5 notti** (**33%**), seguita da **4 notti** (**20%**) e **2 notti** (**19%**);

- o la **maggior parte dei rispondenti** ha viaggiato **con il/la partner (39%)**; seguono i viaggi **con la famiglia (20%)**, e in pari misura i soggiorni **con amici/amiche** e **da solo/a** (in entrambi i casi **19%**).