

Il turismo dell'autunno: le tendenze in Piemonte

Il 14% degli italiani che intendono fare una vacanza in autunno sceglieranno sicuramente il Piemonte come meta per un soggiorno.

Per la prossima stagione, oltre al desiderio di attività all'aria aperta e di visite culturali emergono nuove motivazioni legate ai soggiorni wellness e, accanto all'enogastronomia, alla partecipazione ad eventi specifici come concerti, mostre e gare sportive e le fiere e sagre locali.

Il nuovo monitoraggio sui mercati esteri parte dalla fotografia del mercato UK: i turisti potenziali sono attenti al budget, prenotano dai 6 agli 8 mesi prima della partenza e risiedono principalmente al sud e nord dell'Inghilterra ma il 14% risiedono a Londra

Intanto, per i prossimi fine settimana ancora estivi, la saturazione delle OTA per l'offerta camere del Piemonte è pari al 45,1%

Torino, 12 settembre 2025

Prospettive autunno 2025

[Mercato Italia]¹

Torna il **sondaggio** di **propensione** all'**acquisto** di un **soggiorno** in **Piemonte** sulla **popolazione italiana**, promosso dall'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte**, che opera in **Visit Piemonte**, in collaborazione di METIS Ricerche Srl.

La **percentuale di italiani** che hanno **intenzione** di **fare vacanza in Italia** in **autunno** cresce rispetto allo scorso anno e si consolida al **40%**.

Per l'**autunno 2025** aumenta anche l'interesse per il **Piemonte**. Dicono che verranno nella nostra regione il **49%** degli intervistati (14% sicuramente, 35% probabilmente), contro il 44% dell'anno precedente (5% sicuramente, 39% probabilmente per l'autunno 2024).

Torino si conferma la scelta principale per chi verrà nella nostra regione, mentre i **principali competitor** saranno la **Calabria**, la **Toscana**, il **Trentino Alto-Adige**, l'**Abruzzo** e il **Veneto**.

La vacanza in Piemonte sarà caratterizzata dal desiderio di **attività all'aria aperta** e da **visite culturali**, ma seguiti da **soggiorni wellness**, vacanze all'insegna dell'**enogastronomia**, **eventi specifici come concerti, mostre e gare sportive** e le **fiere e sagre locali**.

¹ Fonte: rielaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su indagine METIS Ricerche Srl Sondaggio attraverso intervista strutturata con due modalità di somministrazione (CATI e CAWI) sulla popolazione italiana maggiorenne. Periodo raccolta dati: 25 Agosto – 8 Settembre 2025

Si **soggiornerà** principalmente in **alberghi/hotel** e **bed & breakfast**, seguiti da **agriturismi** e **case private**.

La vacanza si trascorrerà principalmente in **famiglia**, con il **partner** e con gli **amici** e si concentrerà maggiormente nel mese di **settembre**, seguito dalla **prima metà di ottobre**.

Il **budget** di spesa si conferma **basso**: la maggior parte dei vacanzieri spenderà **meno di 500€** (42%) o tra **500€ e 1.000€** (36%).

[Mercato UK]²

Quali sono i **trend** dei **mercati esteri**? Come si stanno muovendo i turisti oltre frontiera?

L'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** - con la collaborazione di YouGov - ha avviato un **monitoraggio sperimentale sul mercato UK** per supportare le azioni di promozione e comunicazione con indicazioni puntuali sulle intenzioni di viaggio, area di provenienza, profilo di acquisto e tipologia di viaggio in relazione al mese di prenotazione.

Le prime indicazioni ci presentano **un'alta percentuale di residenti in UK** che ha **intenzione di fare un viaggio all'estero nei prossimi 12 mesi** - circa il **49%** - suddivisi quasi equamente fra uomini (48%) e donne (52%) e di **fascia di età prevalente di oltre 55 anni** (circa il 35%) e a seguire la **fascia 35 -44 anni** (20%) che complessivamente rappresentano più della metà della domanda che ha intenzione di viaggiare all'estero.

Nello specifico i **potenziali turisti UK** risiedono nel **sud** e al **nord dell'Inghilterra** (oltre 20% rispettivamente del totale) e circa il **14% è residente a Londra**.

L'indagine evidenzia che la **quota più rilevante dei potenziali turisti britannici** sia composta da **viaggiatori attenti al budget**: circa un terzo **stabilisce un tetto di spesa e si impegna a non sforarlo** (quasi il 35%). Infatti, questa forte attenzione alla spesa trova riscontro anche negli **ostacoli percepiti al viaggio**, che riguardano soprattutto il **prezzo del viaggio** (circa il 45%) e, a seguire, il **costo dell'alloggio** (circa 33%). Seguono i **viaggiatori amanti di viaggi all-inclusive o pacchetti organizzati** - 13% del campione - e i **viaggiatori orientati al benessere**, alla **sostenibilità** e all'apertura culturale (quasi il 9%).

Le **vacanze in città** e quelle finalizzate al **relax e alle visite turistiche** risultano le tipologie di vacanza più scelte per i loro ultimi viaggi, entrambe scelte da circa il 38% dei turisti britannici, e le **vacanze al mare** con soggiorni in **spiaggia per rilassarsi** (circa 35%).

Una quota consistente è inoltre attratta da **esperienze legate a cultura e storia** (28%) e dalla **visita ad amici e familiari** (27%). Più contenute, ma comunque significative, le vacanze in **località di**

² Fonte: elaborazione dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati YouGov che realizza mensilmente 250 interviste con disponibilità trimestrale interrogando un panel rappresentativi di adulti (+18 anni).

laghi, montagna o campagna (21%) e quelle che prevedono attività all'**aria aperta come passeggiate ed escursioni** (quasi il 14%).

La **motivazione principale della scelta di una destinazione** è il **rapporto qualità-prezzo complessivo**, indicato da circa il **38%**. Seguono **la temperatura e il clima della località** (31%) e il **basso costo complessivo del viaggio** (25%), che comprende voli, hotel e attività economiche, e la **presenza di grandi valori paesaggistici o di siti storici e culturali**, tutti attorno al 25%.

Dall'indagine emerge che i **britannici che a fine giugno stavano pianificando un viaggio di piacere** evidenziano una **forte prevalenza per l'estero per i viaggi con partenza a febbraio, marzo e aprile** dell'anno successivo, portando a **stimare la finestra di prenotazione fra i 6 e 8 mesi antecedenti la partenza**.

[Prenotazioni / vendita on-line dell'offerta in Piemonte nei giorni di fine estate 2025]

Dal **monitoraggio odierno delle offerte sui canali on-line delle OTA³** – Online Travel Agency - si evidenzia che per i prossimi giorni che ci separano dalla fine astronomica dell'estate (**21 settembre 2025**), l'offerta ricettiva in **Piemonte** veicolata on-line, è già stata venduta per quasi la metà, registrando una **saturazione** complessiva pari al **45,1%**. Analizzando le diverse aree-prodotto, si evidenzia che mentre l'area di **Torino e prima cintura** registra una **saturazione** del **40,8%**, i **Laghi** e le **Colline** registrano una saturazione maggiore (**49,8%** e **48,9%** rispettivamente), con quest'ultima in crescita dell'**1,5%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Da segnalare la **crescita** della saturazione dell'area prodotto **Montagne** pari **+9%** con una **saturazione OTA** pari al **46,8%**.

Il giorno in cui si rileva il **tasso di saturazione più alto** è il **20 settembre** per le aree prodotto delle **Colline** e delle **Montagne**, rispettivamente **57,4%** e **52,1%**; per i **Laghi** è il **15 settembre**, **55,9%**, mentre per **Torino e prima cintura** è il **16 settembre**, **47,1%**.

A livello **regionale**, la **tariffa media più alta** si trova per sabato **20 settembre**, con **136€**, così come per le aree prodotto delle **Colline**, delle **Montagne** e di **Torino e prima cintura** (rispettivamente, **137€**, **114€** e **156€**); il **19 settembre**, invece, è il giorno in cui si legge la **tariffa media più alta** per soggiornare sul territorio dei **Laghi** (**182€**).

³ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 12/09/2025 – 21/09/2025 – **Dati aggiornati il 12/09/2025.**