



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Tendenze mercati **esteri**

Focus **UK**

Torino, luglio 2026



ECCELLENZA
PIEMONTE





Premessa

Negli anni successivi alla pandemia da Covid-19, il **mercato britannico** ha mostrato dinamiche di recupero **meno rapide** rispetto ad altri mercati europei, con un volume di **arrivi turistici** in **Piemonte** ancora **inferiore** ai livelli **pre-Covid**.

Per questo si è evidenziata la necessità strategica di comprendere meglio le **preferenze**, i **comportamenti di scelta** e le **motivazioni di viaggio** dei viaggiatori provenienti dal **Regno Unito**. Il mercato britannico rimane, infatti, uno dei più significativi nel panorama turistico internazionale ed è caratterizzato da elevata propensione alla **vacanza all'estero**.

In questo contesto, **analizzare in profondità** le **tendenze**, le **aspettative** e le **propensioni di viaggio** dei **turisti britannici** rappresenta un passaggio importante per **rafforzare il posizionamento** del **Piemonte**, **intercettare nuove opportunità di comunicazione** e **migliorare la capacità competitiva** della destinazione anche rispetto alle altre destinazioni italiane può diventare un vantaggio competitivo per la nostra regione.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

Monitoraggio mercato **UK**

Risultati generali

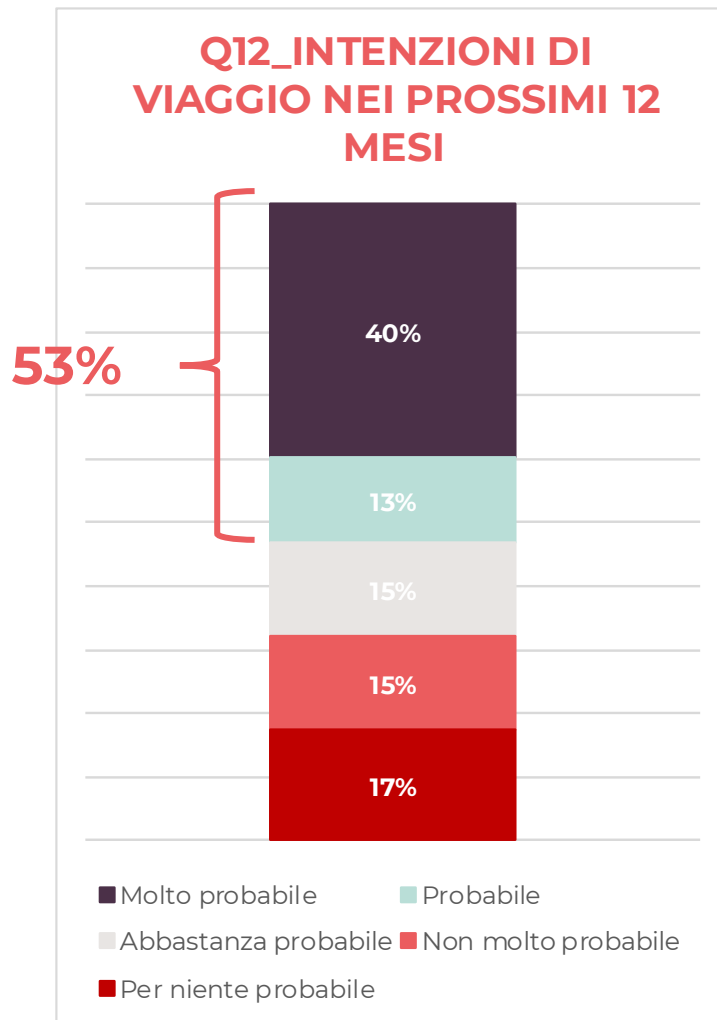


ECCELLENZA
PIEMONTE





Propensione al viaggio

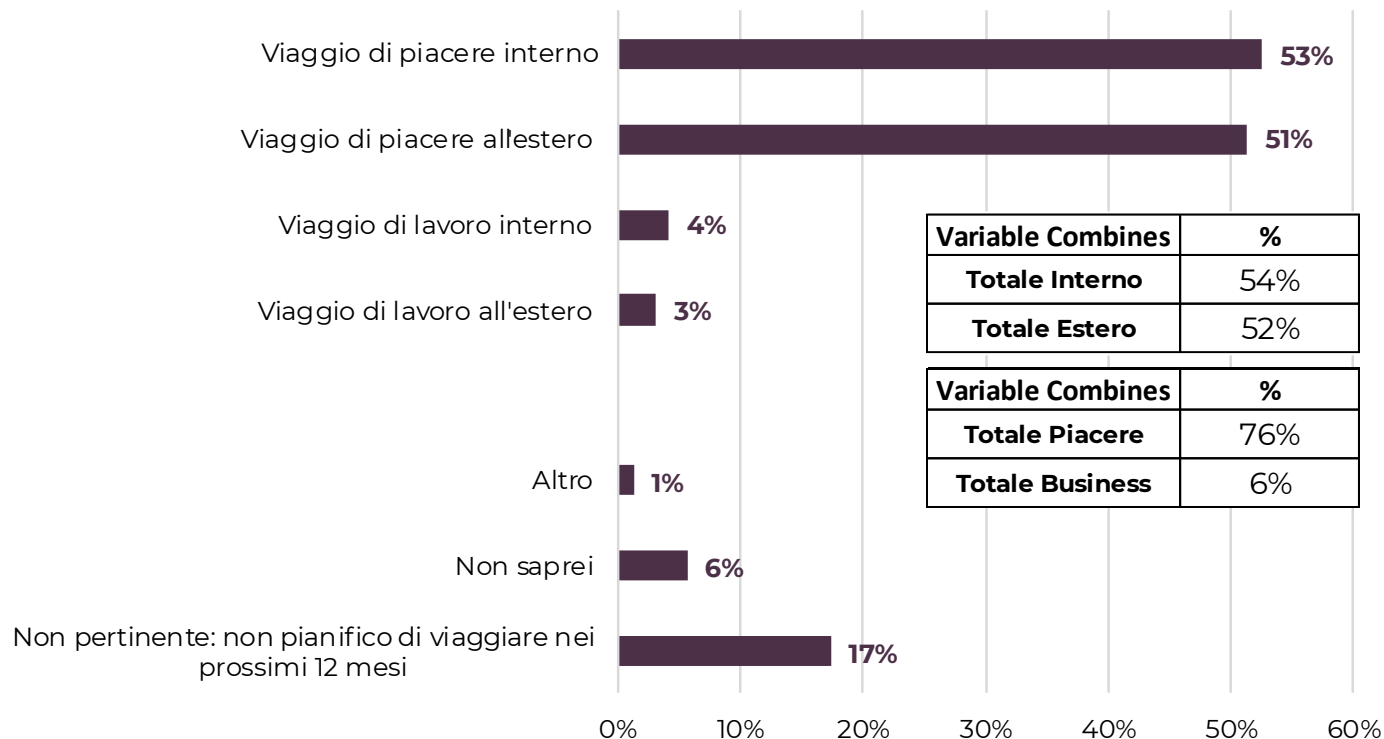


Il **53%** dei rispondenti dichiara che **probabilmente viaggerà nei prossimi 12 mesi.**



Propensione al viaggio Tipologia di vacanze pianificate **nei prossimi 12 mesi**

Q12_TURISMO PIANIFICATO NEI PROSSIMI 12 MESI



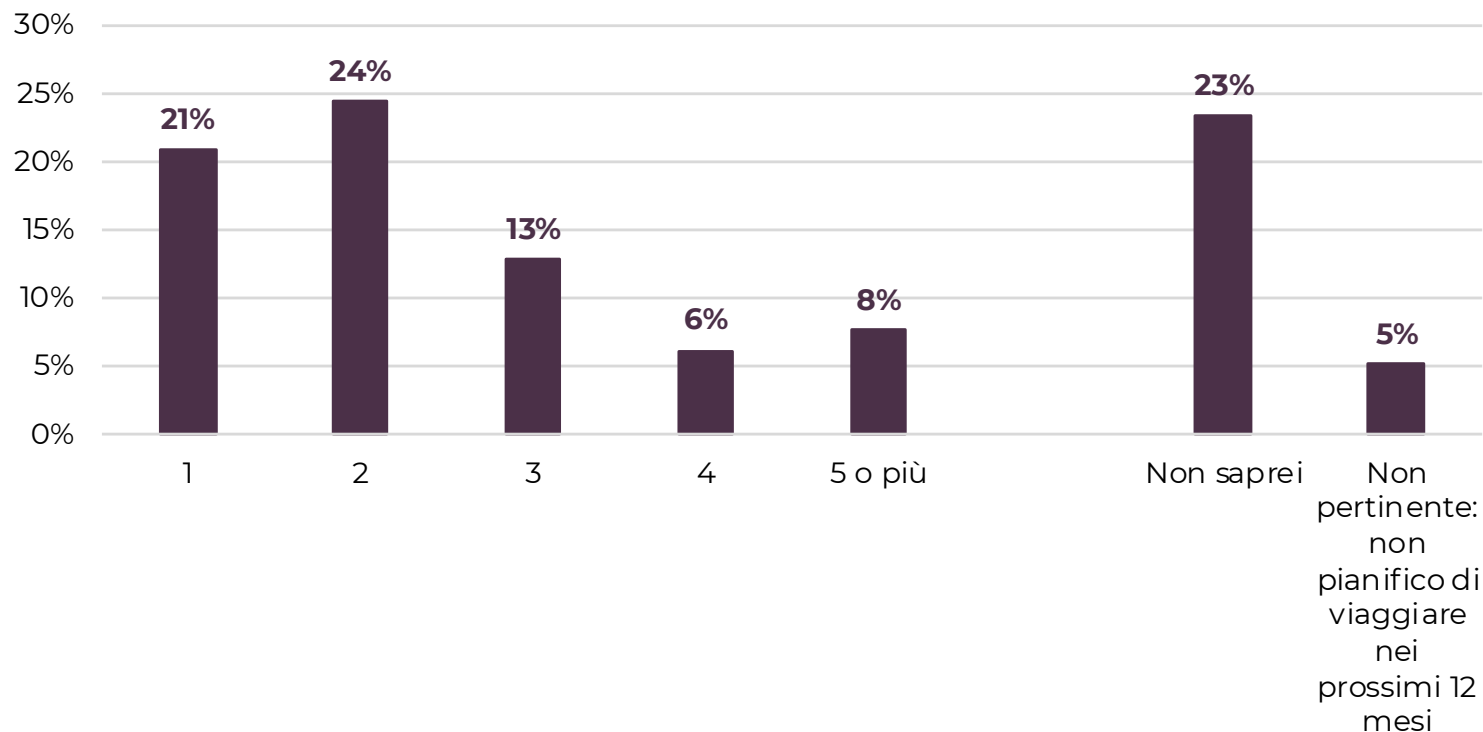
Quasi **tre quarti** degli intervistati che hanno dichiarato l'intenzione a viaggiare, stanno programmando **viaggi di piacere** nei **prossimi 12 mesi (76%)**, mentre i **viaggi di lavoro** rimangono contenuti (**6%**).

L'interesse verso viaggi **interni** ed **estero** rimane pressoché equilibrato (**54%** vs **52%**).



Propensione al viaggio Numero di viaggi programmati **nei prossimi 12 mesi**

Q12_NUMERO DI VIAGGI PROSSIMI 12 MESI



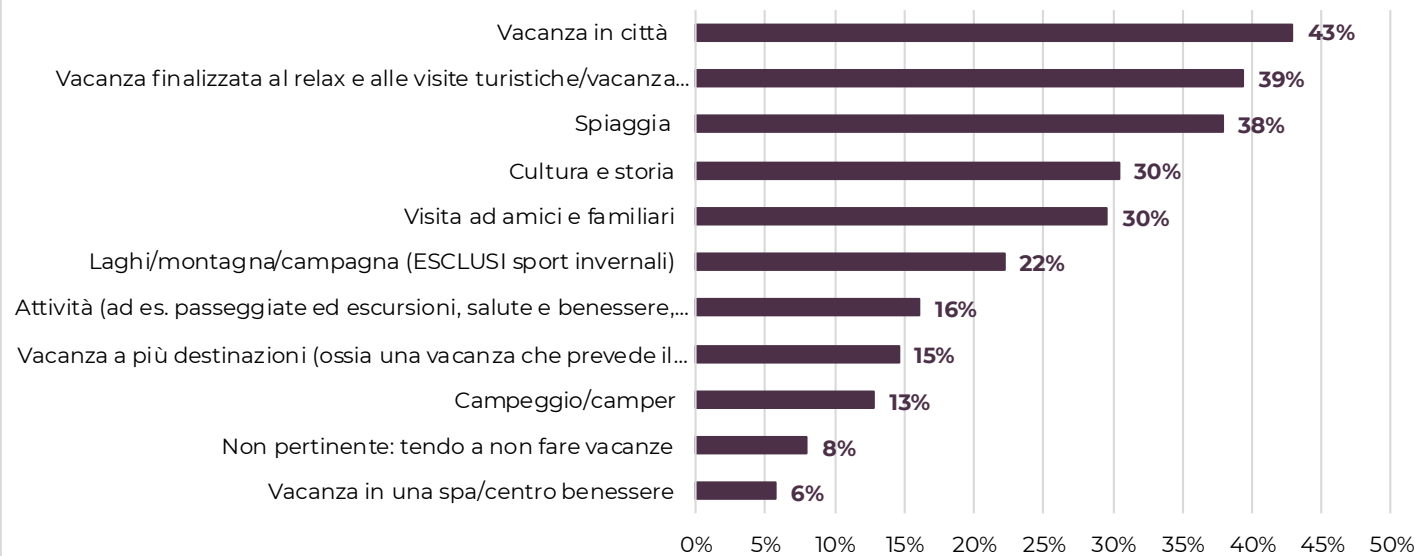
La maggior parte degli intervistati britannici programma un viaggio con una prevalenza di chi programma da **uno a tre viaggi**.

Quasi un **quarto** degli intervistati (**23%**) dichiara di **non sapere ancora quante volte viaggerà**.



La tipologia di **vacanza preferita** (prodotto / esperienza)

Q12_TIPOLOGIA DI VACANZE SOLITAMENTE EFFETTUATA (Top10)



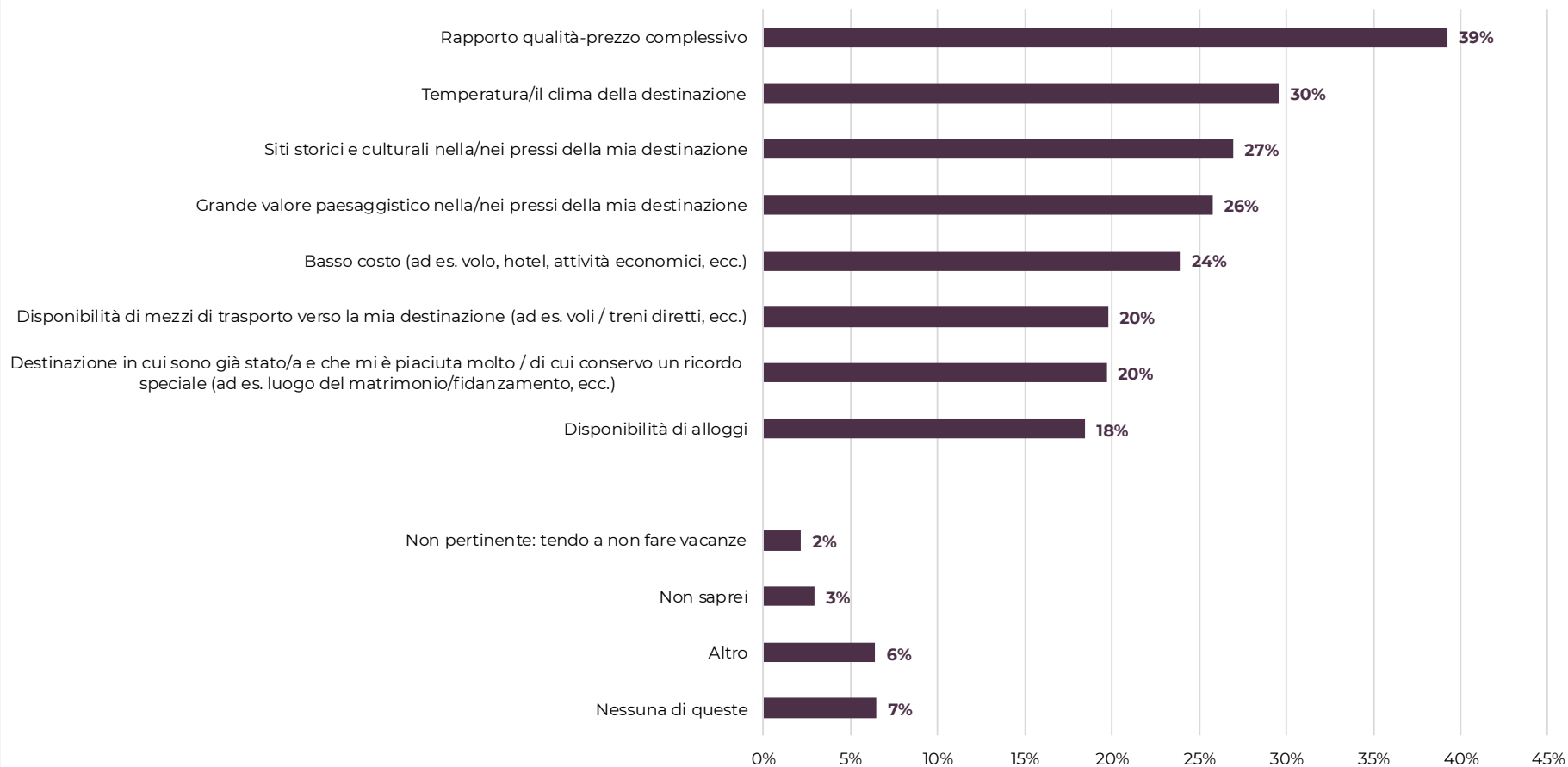
Le **vacanze solitamente effettuate** dai britannici, sono le **vacanze in città (43%)**, i soggiorni dedicati a **relax e visite (39%)** e la **spiaggia (38%)**.

Le attività legate agli **sport invernali** risultano invece **marginali**, coinvolgendo solo una quota minima del campione (**2%**).



I motivi di scelta della destinazione

Q12_RAGIONI DI SCELTA DESTINAZIONE PIÙ RECENTE

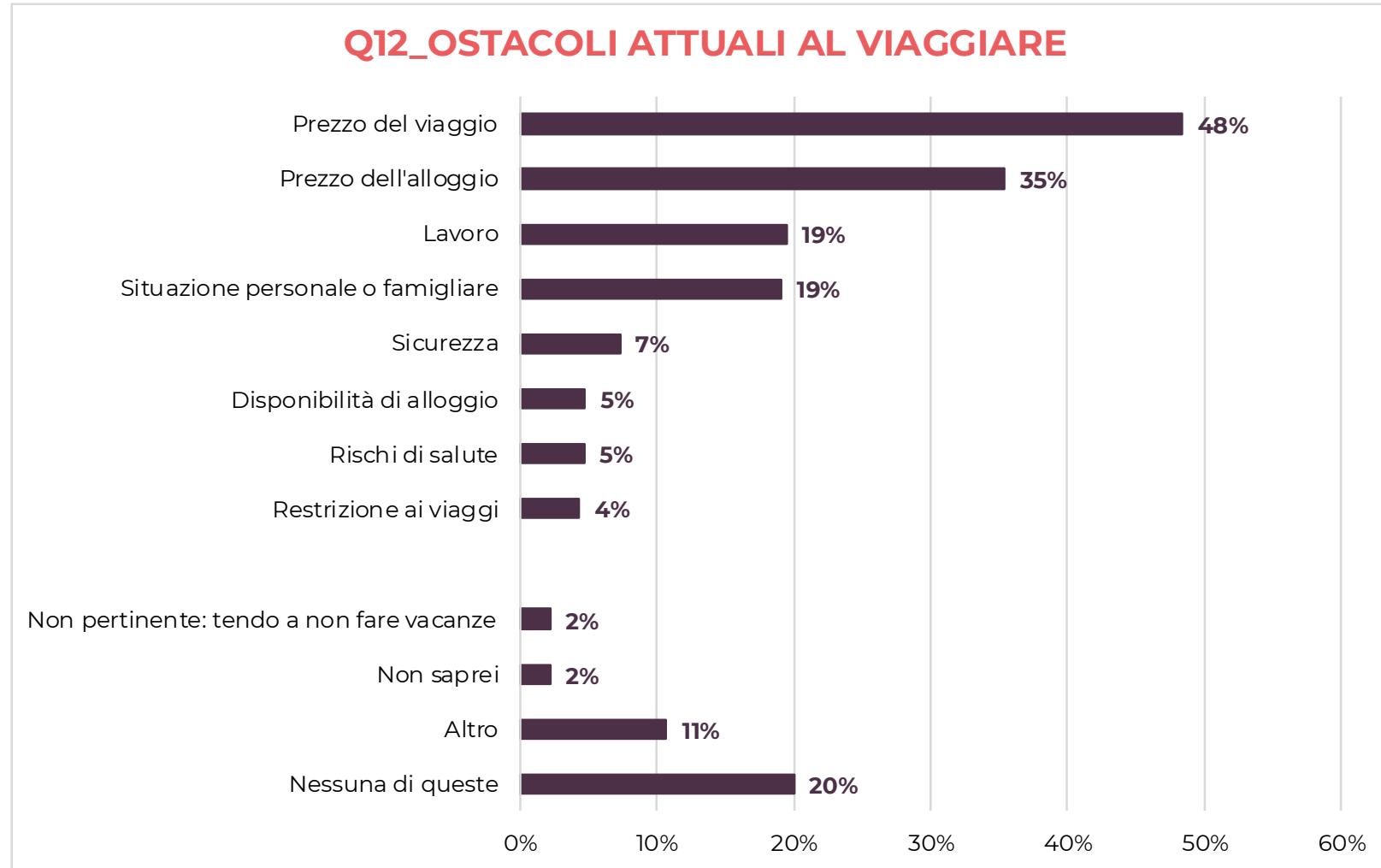


I **motivi** che guidano la scelta della destinazione riguardano soprattutto aspetti **economici**: il **rapporto qualità-prezzo** emerge nettamente come primo fattore (**39%**), seguito da elementi legati al **clima** (**30%**) e all'**attrattiva culturale e storica** (**27%**).



Quali sono le **barriere** / gli ostacoli al viaggiare

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



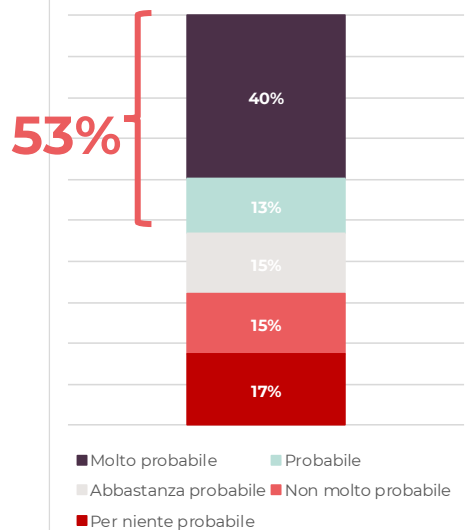
Coerentemente, anche le barriere o gli **ostacoli attuali** al viaggiare sono fortemente condizionati da aspetti **economici**: il **prezzo del viaggio** (**48%**), ovvero la componente del trasporto per raggiungere la destinazione, e il **prezzo dell'alloggio** (**35%**) rappresentano infatti le barriere principali.



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

Profilo di chi probabilmente viaggerà

Q12_INTENZIONI DI VIAGGIO NEI PROSSIMI 12 MESI



Genere	Uomo	Donna
TOP2 LIKELY	49%	51%

Età	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
TOP2 LIKELY	11%	14%	21%	16%	38%

Regione geografica	Nord	Midlands	Est	Londra	Sud	Inghilterra (NET)	Galles	Scozia	Irlanda del Nord
TOP2 LIKELY	23%	15%	8%	13%	23%	82%	5%	9%	3%

Tipi di vacanza preferiti	Città	Spiaggia (Relax)	Mix di relax e attività	Cultura e Storia	Visita ad amici e famiglia	Laghi/ Montagna/ Campania	Vacanza con più destinazioni
TOP2 LIKELY	52%	46%	45%	36%	31%	24%	21%

Ragioni di scelta	Qualità - Prezzo	Temperatura / Clima	Siti storici e culturali	Disponibilità di mezzi di trasporto	Grande valore paesaggistico	Basso costo (ad es. volo, ecc.)	Disponibilità di mezzi di trasporto
TOP2 LIKELY	44%	38%	30%	24%	28%	25%	24%

Il **53%** dei rispondenti dichiara che **probabilmente viaggerà nei prossimi 12 mesi**. All'interno di questo gruppo, la propensione al viaggio risulta quasi omogenea tra **uomini** e **donne**, mentre il profilo anagrafico appare maggiormente concentrato nella fascia senior: il **38%** dei probabili viaggiatori ha **55 anni o più**, che rappresenta la fascia d'età più numerosa.

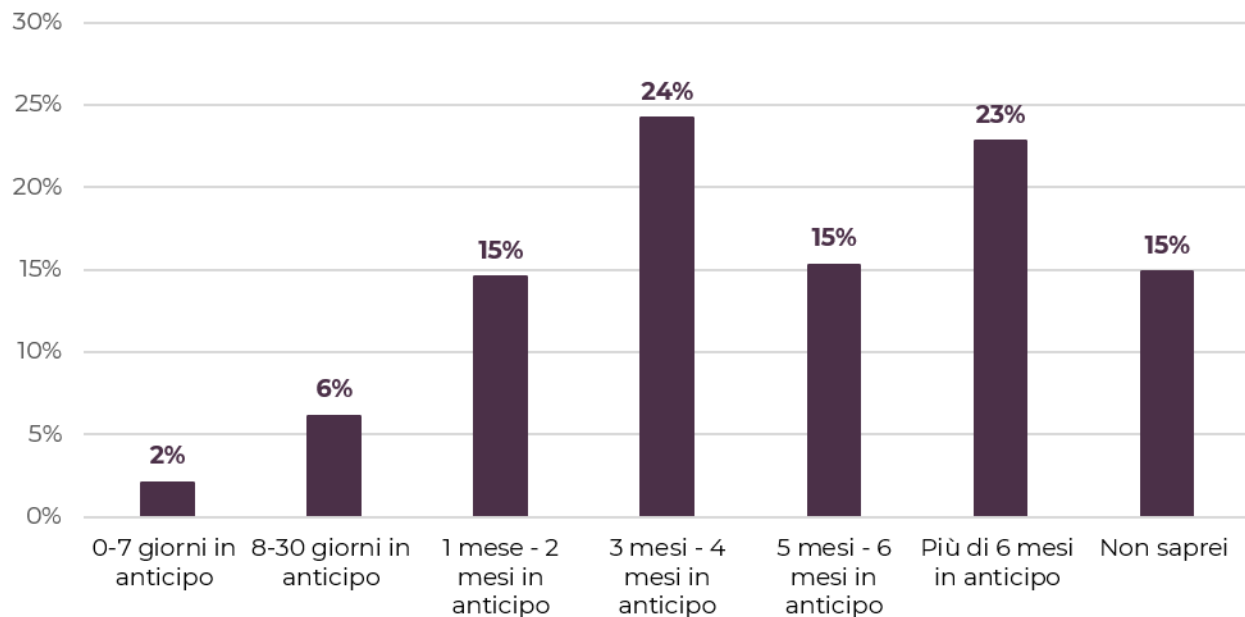
Dal punto di vista territoriale, l'**82%** dei probabili viaggiatori risiede in **Inghilterra**. Tra le aree inglesi, il **Nord** e il **Sud** risultano le più rappresentate, entrambe con una quota del **23%**.

Le preferenze di viaggio confermano una domanda orientata principalmente verso le **città (52%)**, seguite dalle **vacanze miste relax e attività (46%)** e dalla **spiaggia (45%)**, entrambe al **46%**. Tali preferenze risultano influenzate soprattutto dal rapporto **qualità-prezzo (44%)** e dalle **condizioni climatiche (38%)**.



Profilo di chi probabilmente viaggerà

Q12_Anticipo di prenotazione della vacanza principale

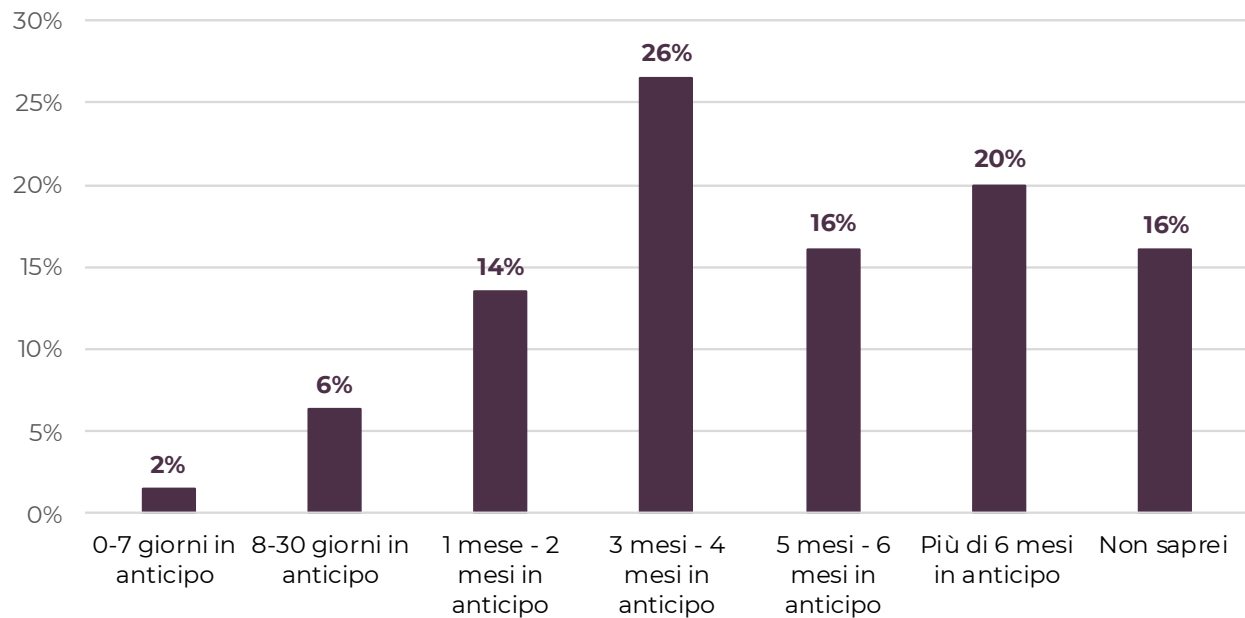


La **pianificazione delle vacanze** avviene prevalentemente con largo anticipo: il **62%** degli intervistati prenota **almeno tre mesi** prima della partenza. La fascia più rilevante è quella dei **3-4 mesi di anticipo (24%)**, seguita dalle prenotazioni effettuate **oltre sei mesi prima (23%)**. Solo il **23%** prenota **entro due mesi** dalla partenza, mentre il **15% non sa indicare il proprio periodo** abituale di prenotazione.



Profilo di chi probabilmente viaggerà

Q1_Anticipo di prenotazione della vacanza principale

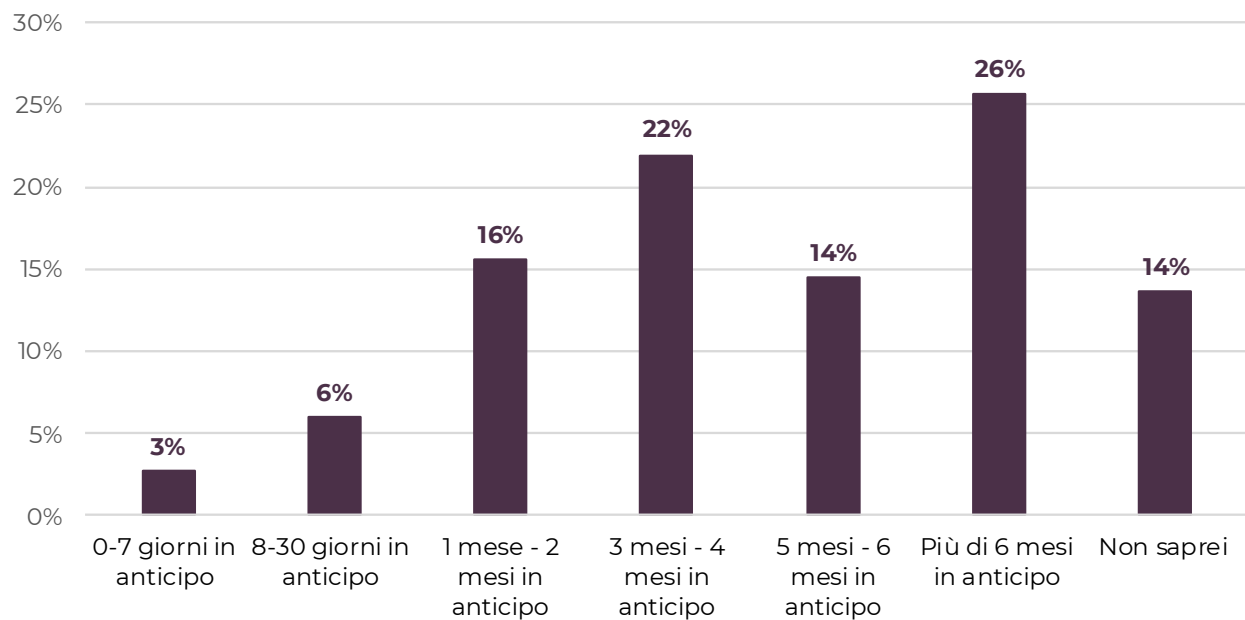


La **pianificazione delle vacanze** avviene prevalentemente con largo anticipo: il **62%** degli intervistati prenota **almeno tre mesi** prima della partenza. La fascia più rilevante è quella dei **3-4 mesi di anticipo (24%)**, seguita dalle prenotazioni effettuate **oltre sei mesi prima (23%)**. Solo il **23%** prenota **entro due mesi** dalla partenza, mentre il **15%** non sa indicare il proprio periodo abituale di prenotazione.



Profilo di chi probabilmente viaggerà

Q2_Anticipo di prenotazione della vacanza principale



La **pianificazione delle vacanze** avviene prevalentemente con largo anticipo: il **62%** degli intervistati prenota **almeno tre mesi** prima della partenza. La fascia più rilevante è quella dei **3-4 mesi di anticipo (24%)**, seguita dalle prenotazioni effettuate **oltre sei mesi prima (23%)**. Solo il **23%** prenota **entro due mesi** dalla partenza, mentre il **15%** non sa indicare il proprio periodo abituale di prenotazione.



ECCELLENZA
PIEMONTE



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA REGIONE
PIEMONTE

GRAZIE PER
L'ATTENZIONE