

Osservatorio Turistico del Cuneese

Il consuntivo del 2024 conferma il trend in crescita

+5,1% di arrivi e +6,2% di presenze rispetto al 2023.

La **crescita** è trainata dal **mercato estero** che aumenta del **7,5%** negli **arrivi** e del **10,8%** nei **pernottamenti**.

Dati confermati dalle variazioni dei **volumi di spesa di provenienza estera** registrati in loco: **+6,1%**.

Torino, 4 aprile 2025

Nel **2024**¹, il territorio del **Cuneese** ha registrato un **incremento** del **5,1%** negli **arrivi** e del **6,2%** nelle **presenze**, rispetto all'anno precedente.

I **movimenti** dall'**estero** **aumentano** del **7,5%** negli **arrivi** e del **10,8%** nei **pernottamenti**, mentre la **quota nazionale** registra una **crescita** più contenuta: **+4%** di **flussi turistici**.

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere**² (per la sola quota monitorata) sul territorio dell'**ATL del Cuneese**, evidenzia una **crescita** sul **volume di spesa** e sul **numero di carte**, mentre registra una **diminuzione** sulla **spesa media** rispetto al 2023.

Il **sentiment**³ sulla rete dell'**ATL del Cuneese** è **superiore** rispetto al valore del **Piemonte: 89,3/100** vs **87,6/100**. La **montagna cuneese** registra un valore del **sentiment** del **comparto ricettivo** ancora migliore: **91,3/100**, **superiore** al valore del **Trentino, 88,5/100**. **Ottima** la **valutazione** dello **staff** delle strutture: **97/100**.

Nel **2024**, il **tasso di saturazione** registrato nelle **OTA**⁴ – *Online Travel Agency* –, ovvero il rapporto tra offerte vendute e offerte veicolate per il territorio dell'**ATL del Cuneese**, è pari al **28,7%**, **inferiore** rispetto al tasso **regionale** pari al **33,6%**.

Per il **ponte del 25 aprile – 1° maggio**, gli **operatori ricettivi** stanno **veicolando meno offerta** sui **canali OTA** ad indicazione di prediligere maggiormente la vendita diretta o attraverso accordi strutturati con *tour operator*.

¹ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

² Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati VISA – dati aggregati e anonimizzati.

³ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Company | Periodo di riferimento dell'analisi **01/01/2024 – 31/12/2024**.

⁴ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Company | Periodo di riferimento dell'analisi **01/01/2024 – 31/12/2024**.

Offerta ricettiva nel Cuneese

Il territorio del **Cuneese**⁵, nel **2024**, rappresenta il **10,4%** dell'**offerta ricettiva regionale**. Negli **ultimi 10 anni** ha registrato un tasso di **crescita** degli **esercizi** nella **ricettività tradizionale** pari al **17,2%**, a cui si sono aggiunte, a partire dal **2019**, le **locazioni turistiche**, che ormai costituiscono il **63,8%** della **ricettività complessiva**, per un totale del **21,7%** dei **posti letto**.

L'offerta è caratterizzata da una **maggioranza** di strutture ricettive **extra alberghiere**, in cui emerge in particolare la qualifica di **Bed & Breakfast**: **23,5%** del totale strutture ricettive tradizionali.

Presenta, inoltre, la maggior parte dei **posti letto** nei **campeggi** e **villaggi turistici (31,1%)** e, a seguire, negli **alberghi (25,9%)** e nei **rifugi (9,5%)**.

La distribuzione dell'offerta ricettiva nelle sotto aree territoriali evidenzia come il **numero complessivo** di **strutture ricettive** e **locazioni turistiche maggiore** si ritrovi nelle **Valli Monregalesi** che presentano oltre 400 esercizi, a seguire le aree di **Valle Maira** e **Valle Vermenagna** con oltre **350** esercizi. Poco sotto le 300 unità Cuneo. Guardando ai **posti letto**, le aree che **offrono potenzialmente oltre 2.500 posti letto** risultano in ordine **Valli Monregalesi**, con oltre 6.300, **Valle Stura**, con oltre 5.000, e a seguire **Valle Maira, Valle Varaita** e **Valle Vermenagna**.

Movimenti turistici nel Cuneese

Andamenti, Mercati e Provenienze⁶

Nel **2024** si registrano **+5,1%** di **arrivi** e **+6,2%** di **presenze** rispetto all'anno precedente.

Nei mesi di **luglio** e **agosto** si registra il **maggior numero** di **movimenti turistici**, raggiungendo il **picco di pernottamenti annuale** ad agosto con **oltre 215 mila presenze**. L'**estate 2024** (giugno, luglio e agosto) segna, rispetto all'anno precedente, una **crescita** nelle **presenze** del **5%**, a fronte di un **+2,8%** negli **arrivi**.

La **quota** di **pernottamenti** dall'**estero** raggiunge il **31%**. I **movimenti** dall'**estero** aumentano del **7,5%** negli **arrivi** e del **10,8%** nei **pernottamenti**, rispetto all'anno precedente.

I **movimenti turistici** dall'**Italia**, con una **quota** del **69%**, **cregono** rispetto allo scorso anno del **4%** negli **arrivi** e del **4,2%** nei **pernottamenti**.

La **Francia** è sempre il **primo mercato estero di provenienza**, con una **quota** del **26%** sul **totale** delle **presenze estere** e un **incremento** di **circa il 2%** di **movimenti** rispetto all'anno precedente.

⁵ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

⁶ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

In **seconda** e **terza posizione**, rispettivamente, **Germania (+1,6% di arrivi e +2,7% di presenze)** e **Benelux (+7% di arrivi e +10,5% di pernottamenti)**; seguono **Svizzera** e **Regno Unito**, entrambe in decisa crescita.

Guardando alle **provenienze italiane**, il **Piemonte** e le **regioni di prossimità (Liguria e Lombardia)** sono ancora le **prime** per **arrivi** e **pernottamenti**, pur con una leggera flessione delle presenze liguri. **Crescono i movimenti turistici** della maggior parte delle altre **regioni italiane**.

Movimenti turistici nel Cuneese - Dinamica delle sotto aree (valli e/o aree territoriali)

Nel **2024⁷**, nelle **valli montane del Cuneese**, si registra una **stabilità** negli **arrivi** e una **crescita** del **4%** nelle **presenze** rispetto all'anno precedente. In particolare, la **crescita** è trainata dalla **domanda estera: +2,6% negli arrivi e +8,4% nelle presenze**.

Al primo posto per **numero di presenze** le **Valli Monregalesi**, che registrano una **crescita** rispetto al 2023 del **9%** di **arrivi** e del **13,8%** di **presenze**; seguono la **Valle Maira** con **-2,4%** negli **arrivi** e **+0,4%** nelle **presenze** e la **Valle Stura** con **-4,4%** negli **arrivi** e **+7,4%** nelle **presenze**.

Nei territori della **pianura**, al **primo posto** il comune di **Cuneo**, con **oltre 76 mila arrivi** e **oltre 156 mila presenze**, **cresce** del **21,8%** negli **arrivi** e del **13,6%** nei **pernottamenti**; seguono con **oltre 80 mila presenze**, **Mondovì e Monregalese** e **Fossano, Savigliano, Racconigi e loro territori**.

Monitoraggio delle recensioni online e sentiment

Il **monitoraggio delle recensioni on-line⁸** relative ai punti di interesse della filiera turistica dell'**ATL del Cuneese**, rilasciate nel **2024**, ha permesso di valutare il **sentiment** per la **ricettività**, per il comparto degli **affitti brevi**, per la **ristorazione** e per le **attrazioni**.

La **ristorazione** è il comparto che possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.400**; seguono le **attrazioni**, con **1.400**. Analogamente, sempre la **ristorazione** possiede il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **70.400**; segue la **ricettività**, con **29.800**.

Il valore del **sentiment** sulla rete dell'**ATL del Cuneese** è **superiore** rispetto al valore del **Piemonte**: **89,3/100** vs **87,6/100**.

⁷ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

⁸ Fonte: elaborazione dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi **01/01/2024 – 31/12/2024**.

Confrontando il territorio del Cuneese con altre destinazioni di riferimento come il **Trentino**, emerge come il valore del **sentiment** sulla rete della **montagna del Cuneese** sia **maggiore** rispetto al valore del **Trentino: 90,5/100 vs 88,8/100**.

Questo dato molto interessante è emerso dal monitoraggio a campione se pur con una **diversa numerosità dei punti di interesse** all'interno del comparto ricettivo della filiera turistica - infatti, per la **montagna del Cuneese** i punti di interesse monitorati nelle recensioni on-line per il comparto **ricettivo** sono **più contenuti** rispetto al **Trentino**: rispettivamente, **19,1% vs 33,8%**; valutando il volume delle **tracce digitali**, la **montagna del Cuneese** presenta una quota di recensioni relative alla **ricettività inferiore** rispetto al **Trentino (31,1% vs 51,5%)**, ma **superiore** per il comparto della **ristorazione (49,4% vs 32,1%)**.

Monitoraggio offerte OTA

Dal **monitoraggio** delle **offerte** sui canali online delle **OTA – Online Travel Agency⁹** - si trova conferma del differente utilizzo dei canali da parte degli operatori del Cuneese rispetto al territorio regionale nel suo complesso.

Nel **2024**, in **Piemonte** la **saturazione** delle **OTA** corrisponde al **33,6%** (**-4,7%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente); segue l'**ATL del Cuneese, 28,7%** (**-6,2%**).

Il **prezzo medio** è **maggiore** in **Piemonte** rispetto all'**ATL del Cuneese**: oscilla, infatti, tra **82€** e **213€** contro un range compreso tra **75€** e **155€**.

Spend Index

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere¹⁰** (per la sola quota monitorata) sul territorio dell'**ATL del Cuneese** per il **2024**, evidenzia una **crescita** rispetto al 2023 sul **volume di spesa (+6,1%)** e sul **numero di carte (+10,1%)**, mentre registra una **diminuzione** sulla **spesa media (-3,6%)**.

Analizzando il **trend mensile** degli **ultimi 24 mesi** (gennaio 2023 – dicembre 2024) dell'**ATL Cuneese**, si nota come i **picchi di volumi di spesa** e di **numero di carte** si registrino nei **mesi estivi**, con il valore massimo nel mese di **agosto**.

Il **picco estivo** dei **volumi complessivi di spesa** è dovuto a un **maggiore numero di visitatori** rispetto all'inverno. Invece, in termini di **spesa media per singolo visitatore**, i **valori più alti** si registrano nei **mesi invernali**, in particolare nel mese di **febbraio**.

Sul territorio dell'**ATL del Cuneese**, è la **Francia** il **primo mercato** per **volume di spesa, stabile** rispetto al **2023**, seguito da **Svizzera, +3,1%**, **Germania, -4,1%**, e **Stati Uniti, -6,4%**.

⁹ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Company | Periodo di riferimento dell'analisi **01/01/2024 – 31/12/2024**.

¹⁰ Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati VISA – dati aggregati e anonimizzati.

Analizzando, invece, la **spesa media** del **singolo visitatore**, si osserva come gli **Emirati Arabi Uniti**, **l'Arabia Saudita**, la **Cina** e il **Lussemburgo** siano i **mercati** con **spesa media maggiore**: tutti **oltre 320 euro**.

Focalizzando l'attenzione sulle **due aree prodotte** che compongono l'**ATL del Cuneese** – **pianura** e **montagna** – emerge che, in linea generale, la **pianura** ha un **peso maggiore** rispetto alla montagna. Infatti, guardando ai **volumi spesa** per l'anno 2024, la **pianura** risulta **superiore** rispetto alla **montagna** (58% vs 42%). Mentre, nel caso del **numero di carte** (visitatori unici annuali), il **divario diminuisce** (51% vs 49%).

Analizzando il **trend mensile degli ultimi 24 mesi** (gennaio 2023 – dicembre 2024) delle **due aree prodotte** dell'**ATL Cuneese** (**montagna** e **pianura**) si nota come i **picchi** in termini di **volumi di spesa** e **numero di carte** si registrino nei **mesi estivi**.

Il prodotto **montagna** registra inoltre **picchi** in termini di **volumi di spesa** nel mese di **febbraio**, unico periodo in cui supera il prodotto **pianura**.

In termini di **numero di carte** (visitatori unici mensili), la componente del prodotto **montagna** raggiunge **quasi** la **pianura**.

Il trend mensile della **spesa media** è più **costante** nell'area della **pianura**, mentre presenta evidenti **picchi** ad **agosto** e a **febbraio** nell'area della **montagna**.

Riguardo alla **distribuzione** dei **volumi di spesa 2024** sui **settori merceologici di spesa**¹¹, i **principali** sono circa gli **stessi** sulle **due aree territoriali** in analisi, ma con un **diverso ordine** di importanza.

Per la **montagna**, al **primo posto** troviamo **ristoranti, caffè e nightclub**, seguiti da **acquisto di prodotti enogastronomici** e **alberghi e resort**; sulla **pianura**, invece, la prima posizione è occupata da **abbigliamento**, seguita da **ristoranti, caffè e nightclub** e **negozi e supermercati**.

Guardando unicamente all'area territoriale della **montagna** cuneese e analizzando il **trend mensile degli ultimi 24 mesi** (gennaio 2023 – dicembre 2024) con un focus sulle **due aree** che ospitano le due **grandi stazioni sciistiche** - **Riserva Bianca** e **Mondolè** (da una parte **Limone Piemonte e Vernante**; dall'altra **Frabosa Sottana e Frabosa Soprana**) emerge che:

- sul territorio di **Limone Piemonte e Vernante**, guardando al **numero di carte**, sia i **mesi estivi** che quelli **invernali** sono interessanti in termini di visitatori unici; mentre, se guardiamo ai **volumi di spesa**, i **picchi** si registrano in particolare nei **mesi invernali**, soprattutto a **febbraio 2023**. La **spesa media** per **singolo visitatore** risulta **inferiore** nei **mesi estivi** rispetto al **periodo invernale**;

¹¹ L'analisi dei principali settori merceologici è basata sui volumi di spesa di un campione di 34 Comuni sull'area montagna e 31 Comuni sull'area pianura.

- sul territorio di **Frabosa Sottana e Frabosa Soprana**, i **picchi** si registrano nei **mesi invernali** (febbraio).

Per quanto riguarda i **principali mercati di provenienza** sulle due destinazioni montane, si nota come:

- sul territorio di **Limone Piemonte e Vernante**, che rispetto al territorio del Mondolè, presenta valore maggiore del **volume di spesa** con una **quota di oltre il 70%** troviamo la **Francia**, in **crescita** dello **0,8%** rispetto al **2023**; seguono il **Regno Unito**, in **calo** di **oltre il 10%** rispetto all'anno precedente, la **Danimarca**, che **aumenta** di **oltre l'11%**, e il **Lussemburgo**, che registra una **crescita** di **oltre l'80%**. Analizzando la **spesa media** del **singolo visitatore**, il **Lussemburgo** e gli **Emirati Arabi Uniti** sono i **mercati con spesa media maggiore**: rispettivamente, **oltre 830 euro** e **quasi 550 euro**;
- sul territorio di **Frabosa Sottana e Frabosa Soprana**, in **prima posizione** per **volume di spesa** con una **quota** del **44%** emerge la **Francia**, in **calo** del **2,6%** rispetto al 2023; seguono **Regno Unito**, in **aumento** del **4,5%** rispetto all'anno precedente, e la **Svizzera**, che **aumenta** di **oltre il 20%**. Guardando alla **spesa media** del **singolo visitatore**, gli **Emirati Arabi Uniti** e l'**Irlanda** sono i **mercati con spesa media maggiore**: rispettivamente, **oltre 260 euro** e **quasi 190 euro**.

Monitoraggio offerte OTA – Vacanze di Pasqua, Ponte 25 aprile e Ponte 1°maggio

Dal monitoraggio delle **offerte vendute (prenotate)** sui **canali OTA**, emerge che il **tasso di saturazione** per l'**ATL del Cuneese** per il periodo **18/04/2025 – 05/05/2025**¹² è pari al **12,1% (-9,8%)**; in particolare:

- Per il **week-end di Pasqua** (19-20-21 aprile), si evidenzia un valore di **saturazione** pari al **23,3%** per la notte del 20 aprile e prezzo medio leggermente più alto rispetto alla media del periodo (**106€** registrati il 19-20 aprile contro i **104,5€ medi**);
- Per il **ponte del 25 aprile** (25-26-27 aprile), si evidenzia un valore di **saturazione** pari al **17,4%** per la notte del 25 aprile e prezzo medio leggermente più alto rispetto alla media del periodo (**105€** registrati il 26 aprile contro i **104,5€ medi**);
- Per il **ponte del 1°maggio** (1-2-3-4 maggio), si evidenzia un valore di **saturazione** pari al **16,1%** per la notte del 4 maggio e prezzo medio più alto rispetto alla media mensile (**107€** registrati il 3 maggio contro i **104,5€ medi**).

Sondaggio sulla conoscenza e attrattività di alcuni siti e eventi del Cuneese¹³

¹² Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Company | Periodo di riferimento dell'analisi **18/04/2025 – 05/05/2025** (aggiornata al 03/04/2025).

¹³ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con Metis Ricerche

Il **46%** degli italiani intervistati, attraverso il sondaggio condotto da Metis Ricerche, conosce o ha visitato o soggiornato nel **Cuneese**. Il **96%** di chi lo ha visitato ne è rimasto **soddisfatto**.

Il **10%** degli intervistati ha dichiarato di aver visitato il **Castello di Racconigi** e il **4%** di aver visitato il **Santuario di Vicoforte** con esperienza **Magnificat** e il **Castello della Manta – bene FAI**.

Gli eventi **Granfondo La Fausto Coppi**, **Fiera Nazionale del Marrone** e **Festival Internazionale Mirabilia** sono conosciuti rispettivamente dal **15%**, dal **24%** e dal **15%** dei rispondenti.