



**programma  
strategico  
turismo**  
2013.2015

# Piemonte: turismo e ricadute economiche

SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI  
DI INDAGINE

## L'indagine e pubblicazione

In un contesto internazionale dove è sempre più forte l'attenzione verso gli aspetti economici e sempre più comune l'utilizzo degli indicatori di misura di carattere economico, a fronte della necessità di conoscere il ritorno degli investimenti effettuati, la Regione Piemonte attraverso Sviluppo Piemonte Turismo ha avviato una ricerca sul tema, anche per rendere disponibili dati utili al tavolo di lavoro del progetto strategico europeo STRATTOUR<sup>1</sup>.

A seguito di alcune prime valutazioni sull'approccio metodologico da adottare, dopo un confronto con esperti in materia, si è scelto di realizzare un'indagine puntuale sulla domanda turistica con particolare attenzione alla spesa, per ottenere informazioni circa la ricaduta economica. Spesa del turista, ma non solo: motivazione, profilo, provenienza e customer satisfaction per segmentare la clientela e indagare le correlazioni con i diversi comportamenti del turista.

L'indagine è stata realizzata attraverso una partnership tra Sviluppo Piemonte Turismo e le Università piemontesi. In particolare:

- Università degli Studi di Torino – Centro OMERO, proff. Piervincenzo Bondonio e Chito Guala,
- Università del Piemonte Orientale, proff. Cesare Emanuel e Gianfranco Spinelli,
- Università degli Studi di Torino - Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, prof. Filippo Monge.

La ricerca (luglio 2010 – giugno 2011):

- oltre 5.000 interviste on field con questionario,
- 19 domande sul profilo, la spesa e la soddisfazione del soggiorno,
- 77 località rappresentative per prodotto e stagione turistica (campionamento stratificato sulla base dei dati storici disponibili),
- 15 intervistatori appositamente formati per l'attività.

I risultati dell'indagine sono raccolti nel volume "Impatto economico, ricadute e redditività del turismo in Piemonte", Conti Editore 2012.

Il volume presenta anche un quadro analitico del turismo all'interno dell'economia regionale curato da Mara Manente e Valeria Minghetti di Ciset – Università Ca' Foscari di Venezia.

## Scenario e contesto d'indagine

Per meglio comprendere i risultati dell'indagine è utile disporre di alcuni dati di contesto. Nonostante la crisi economica internazionale, il turismo continua a crescere e a livello mondiale, nel corso del 2011, si sono registrati 980 milioni di arrivi con un incremento del 4% rispetto all'anno precedente. Le stime per il 2012 prevedono ancora un trend positivo, se pur di tasso minore, che probabilmente porterà gli arrivi internazionali al traguardo del miliardo di turisti.

L'Europa supera il mezzo miliardo di arrivi e incrementa la sua quota con 28 milioni rispetto all'incremento mondiale di 41 milioni. I dati disponibili sugli ingressi dei turisti e sulla spesa del turismo internazionale seguono l'andamento positivo della curva degli arrivi.

I Paesi che crescono maggiormente in termini di arrivi sono USA, Spagna e Regno Unito mentre i mercati che spendono di più sono quelli emergenti – Cina, Russia, Brasile e India – seguiti da mercati tradizionali quali Germania e USA.

In prospettiva, nel 2030 si stima che gli arrivi internazionali giungeranno a quota 1 miliardo e 800 milioni di turisti.

Il turismo in Europa rappresenta

- oltre il 4% del Pil, con circa 2 milioni di imprese che occupano oltre il 4% dell'intera forza lavoro, approssimativamente 8 milioni di posti;
- guardando alla filiera turistica, il contributo del turismo al Pil ammonta all'11% circa e occupa oltre il 12% della forza lavoro (24 milioni di posti).

<sup>1</sup> Il progetto strategico STRATTOUR è realizzato nell'ambito del programma di cooperazione transfrontaliera tra Italia e Francia (Aipi) per il periodo 2007-2013

A livello italiano, l'economia turistica presenta un andamento analogo a quello europeo: +5,7% dei flussi turistici e 5,3% della spesa/fatturato. Complessivamente si registra un incremento positivo della propensione media alla spesa e si evidenzia la buona solidità del turismo culturale tradizionale, favorito dai clienti extraeuropei e dall'interesse dimostrato dal mercato tedesco.

In Piemonte i flussi turistici sono cresciuti del 58,7% dal 2000 ad oggi, raggiungendo nel 2011 oltre 12.845.000 presenze, di cui il 66% proviene dal mercato domestico; i principali mercati esteri sono la Germania, i Paesi Bassi, la Francia, la Svizzera, il Regno Unito e gli USA.

## Il turismo nell'economia del Piemonte

Nel 2010 l'evoluzione dei consumi turistici in Piemonte si è tradotta in 3,5 miliardi di spesa turistica totale, 5,5 miliardi di valore aggiunto e 167mila unità di lavoro.

Il 33% circa di tale spesa è generata dai turisti stranieri che nel 2011, secondo i primi dati forniti dalla Banca d'Italia, hanno speso in Piemonte circa 1,09 miliardi di euro.

Complessivamente, la **ricchezza** prodotta dal **turismo** pesa per il **4,4%** del Pil regionale.

L'importanza economica del turismo si manifesta attraverso il suo **carattere trasversale**, ovvero la capacità di **coinvolgere** una molteplicità di settori produttivi, grazie alla diversificazione e composizione del paniere di spesa dei turisti.

Valutando quindi i settori produttivi che partecipano alla formazione del valore aggiunto e dell'occupazione turistica nella regione, risulta che il settore produttivo "Alberghi e ristoranti" mantiene una quota intorno al 38% del valore aggiunto totale, ma molto significativa risulta la quota che si forma nei comparti non propriamente turistici. Si conferma, dunque, anche in Piemonte, la tendenza già segnalata su scala nazionale ad una progressiva minore concentrazione del valore aggiunto turistico generato nei comparti tradizionali, a favore di una più spinta trasversalità del fenomeno.

Tra i settori meno direttamente turistici, mantengono e rafforzano la posizione di rilievo, oltre al comparto della "Locazione di fabbricati" (12.6%), che testimonia l'importanza della ricettività privata, i "Servizi vari" (12.4%), le "Attività ricreative" (5%), i "Servizi di Trasporto" (6,6%).

In termini di occupazione, invece, il comparto "Alberghi e ristoranti" ha impiegato 86.000 occupati, il 51% dell'occupazione complessivamente impegnata nella produzione per il turismo.

Le analisi classificano il Piemonte, assieme alla Lombardia, tra le "regioni economicamente forti e che stanno valorizzando anche la componente turistica come fattore di differenziazione, arricchimento o riconversione della base economica ... con saldo (tra effetti ricevuti e trasmessi) stabilmente e significativamente positivo e con la tendenza a polarizzare l'accentramento economico nei momenti di difficoltà".

## Quanto spendono i turisti?

La spesa media giornaliera pro-capite complessiva è di circa 100 euro, ma molto dispersa in relazione alle diverse aree del Piemonte. I dati raccolti fanno emergere il Biellese degli outlet, con una SPESA PRO-CAPITE GIORNALIERA DI 250 EURO circa; seguono LANGHE E ROERO CON CIRCA 180 EURO, che segnalano un turismo di fascia alta, con forte componente straniera, interessato alla fruizione e all'acquisto di beni e servizi del gusto; VERCELLI CON 162 EURO e, a distanza, NOVARA E TORINO CON CIRCA 110 EURO CADAUNA. Va segnalato che il valore della capitale regionale, frutto della media tra le due rilevazioni effettuate nel 2010 e nel 2011, nasconde un vistoso incremento della spesa media giornaliera, passata dai circa 70 euro dell'estate-autunno 2010 ai 129 euro della primavera-inizio estate del 2011. La spesa media giornaliera a persona è di poco oltre gli 80 EURO NELL'ALESSANDRINO 2010-11 E ASTIGIANO 2010-11 e 55 EURO nelle MONTAGNE DEL VERBANO-CUSIO-OSSOLA. I LAGHI ospitano turisti con una spesa media giornaliera pro-capite di circa 72 EURO NEL 2011, in CRESCITA DEL 9% rispetto ai 66 EURO dell'anno precedente.

Presentano una spesa sempre al di sotto dei 50 EURO i turisti delle MONTAGNE OLIMPICHE, che sono prevalentemente fruitori delle seconde abitazioni, sia per la stagione invernale – settimane bianche ma anche brevi soggiorni nei fine settimana – sia per quella estiva, con soggiorni più lunghi. In questo caso, la ricaduta economica va oltre quella dei dati dei flussi turistici ufficiali e deve essere composta con la ricaduta del turismo delle seconde case. Analoga cifra per la spesa del turista nelle MONTAGNE CUNEESI nella loro fruizione estiva.

Infine, per le VALLI DI LANZO, i turisti intervistati hanno dichiarato una spesa media giornaliera pari a poco più di 17 EURO con una permanenza media di circa 18 giorni trascorsi (quasi nell'80% dei casi) in un'abitazione di proprietà, in affitto o come ospiti di parenti e amici.

La spesa varia molto fra stranieri e italiani: i primi spendono mediamente il 71% in più e quella dei turisti che scelgono strutture ricettive è più che doppia di chi alloggia in abitazioni.

## La soddisfazione dei turisti e la propensione alla spesa

Sull'intero territorio regionale si evince che il Piemonte rappresenta un sistema turistico di eccellenza, presentando uno score complessivo di soddisfazione del turista pari a 7,76/10. L'analisi più dettagliata delle aree prodotte indagate evidenzia valori medi compresi tra 7,35/10 e 8,39/10, individuando in Torino e nelle Langhe e Roero i sistemi territoriali più apprezzati.

I territori che hanno rilevato un incremento della soddisfazione dei turisti hanno beneficiato di un aumento della propensione alla spesa dei turisti stessi.

## L'identikit

Gli intervistati a **Torino, Biella, Novara e Vercelli** presentano numerosi tratti comuni: il livello culturale e di capacità economica è alto o medio-alto (per Torino) e l'età si concentra nelle classi giovanili. I turisti delle colline delle province di **Alessandria e Asti** e delle **Langhe e Roero** hanno un'età

superiore ai 50 anni e soggiornano per un breve periodo in hotel con il partner o coniuge. Per quanto concerne le Langhe, il tipo di vacanza è ben identificato nell'enogastronomia.

Le **Valli di Lanzo** e le **montagne del Cuneese** possono essere identificate come le montagne del relax, le montagne dello sport sono invece le **montagne olimpiche** e quelle del **Vercellese**.

Nell'area dei **laghi** i turisti sono di livello medio-alto, in età matura; il tipo di vacanza è all'insegna delle bellezze naturali, il soggiorno dura una settimana, in hotel e in campeggio, con il partner o con la famiglia.

Sulle montagne del **Verbano-Cusio-Ossola** il livello socio demografico è medio-basso e l'età superiore ai 50 anni; l'interesse per le bellezze naturali si affianca alle pratiche sportive, il soggiorno dura una settimana, in abitazione di proprietà o in affitto, insieme alla famiglia. I turisti ad **Oropa** presentano un livello socio demografico basso e rientrano nelle classi di età più elevate.

## Conclusioni

Le informazioni raccolte e illustrate nel volume sul profilo del turista, sulla spesa e sulle valutazioni dei servizi offerti, in particolare la ricettività e gli aspetti paesaggistici e ambientali, rappresentano elementi confortanti e una buona base sulla quale costruire uno sviluppo turistico equilibrato del nostro territorio.

La prospettiva per il turismo in Piemonte volta all'incremento delle ricadute economiche e occupazionali, dovrà continuare a basarsi sui due pilastri strategici già evidenziati nell'ambito delle azioni della pianificazione strategica regionale quali la creazione di reti interne ed esterne e l'internazionalizzazione del sistema turistico.

Le ipotesi di lavoro per i prossimi anni dovranno porsi come obiettivo l'individuazione delle priorità di segmenti, di mercati e di attività sulle quali concentrare l'azione regionale ai fini dell'incremento dei flussi turistici durante tutto il corso dell'anno e dell'aumento della spesa e della permanenza media dei turisti in Piemonte.

Tabella 1<sup>2</sup>
**Flussi turistici 2011 registrati nelle strutture ricettive ufficiali e dati di spesa media giornaliera procapite rilevati dall'indagine**

Area - Prodotto	Arrivi 2011	Presenze 2011	Tempo permanenza medio (notti)	Spesa media procapite giornaliera (euro) 2010-2011	
Torino	1.378.706	3.587.896	2,60	Torino 2010-11	109,9
Laghi	860.762	3.121.871	3,63	Laghi 2011	71,9
				Laghi 2010	66,1
Mont. invern.	431.452	1.675.020	3,88	Mont. olimpiche invernali	48,1
				Mont. vercellesi 2010-11	70,6
				Mont. V.C.O. 2010-11	54,3
Mont. estiva	439.353	1.659.408	3,78	Mont. olimpiche estive	47,23
				Mont. cuneesi estive	33,6
				Valli di Lanzo estive	17,44
Colline	667.333	1.587.936	2,38	Langhe e Roero 2010-11	178,8
				Alessandrino 2010-11	83,4
				Astigiano 2010-11	81,2
Biellese	76.708	244.383	3,18	Biellese outlet 2010-11	249,4
				Biellese tur. relig. 2010-11	61,5
Aree urbane	74.745	252.371	3,38	Novara 2010-11	111,5
				Vercelli 2010-11	162,3
<b>Piemonte</b>	<b>4.247.695</b>	<b>12.845.074</b>	<b>3,02</b>	<b>Totale aree</b>	<b>97,08</b>

In sintesi

1. puntare su 4 assi strategici principali per un **posizionamento** efficace della destinazione Piemonte:

- focalizzazione sulle **esigenze del turista**,
- **conoscenza del consumatore** e dei dati disponibili (la domanda),
- realizzazione di **partnership** con i soggetti economici che costituiscono la **filiera** o che la intrecciano (fare sistema),
- gestione dell'intera esperienza del turista in un'ottica di **eccellenza** (l'offerta);

2. concentrare le azioni future su:

- l'informazione, l'accessibilità, l'accoglienza (**visitor management**),
- lo **sviluppo** e/o il completamento della catena del valore dei **prodotti** turistici con potenziale,
- il riallestimento e il **rilancio** dei prodotti turistici maturi o in declino,
- l'azione di **promozione** dei segmenti individuati sui **mercati a maggiore potenziale**, puntando in particolare sul web **2.0**,
- la cultura dell'accoglienza e la **formazione**.

<sup>2</sup> Fonte: elaborazione dei flussi turistici su base dati TURF di Regione Piemonte (NON sono compresi i dati relativi ai flussi nelle seconde case e ai soggiorni presso amici e parenti) e dei dati di spesa rilevati durante l'indagine. In particolare i dati dei flussi turistici si riferiscono alle seguenti aree territoriali:

Torino = Torino e area metropolitana

Laghi = Verbano e Cusio

Montagna Invernale: aggregazione dei comuni montani secondo classificazione ISTAT periodo novembre - aprile

Montagna Estiva: aggregazione dei comuni montani secondo classificazione ISTAT periodo maggio - ottobre

Colline: aggregazione dei comuni delle ATL del sud-est del Piemonte: Langhe e Roero, Asti, Alessandria

Biellese: comuni dell'ATL di Biella

Aree Urbane: comuni di Novara, Vercelli e vercellese

Regione Piemonte: tutti i comuni del Piemonte