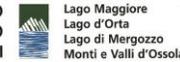




PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE



DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Indagine sugli operatori

#RipartiTurismo

[GdL 2 - Monitoraggio dell'offerta e della domanda]

Giugno 2020





Indagine sugli operatori [monitoraggio dell'offerta]

Realizzata sui territori dove non era ancora disponibile un progetto d'**indagine dell'offerta per monitorare la filiera** (ricettività, ristorazione, guide, etc...) interpellando le associazioni di categoria, consorzi e *opinion leader* rappresentativi.

Obiettivi: rilevare

- l'atteggiamento rispetto al fermo forzato del settore (visione pessimista – visione ottimista)
- il grado di preparazione alla riapertura
- quali siano le principali criticità per riaprire
- quali opportunità potrebbero nascere

Strumento: questionario unico on-line (Google Forms)

Periodo dell'indagine: 20 maggio – 3 giugno

Partner dell'indagine: OTR – VisitPiemonte e ATL piemontese
(tranne Turismo Torino e Provincia che ha già attivato analoga iniziativa)



Operatori Opinion Leader, Associazioni e Consorzi



#RipartiTurismo - Regione Piemonte

Da questa settimana l'offerta turistica italiana ha riaperto al mercato.

L'Assessorato al Turismo della Regione Piemonte, la Direzione Turismo, VisitPiemonte DMO e l'ATL Langhe Monferrato Roero stanno mettendo a punto il piano "RipartiTurismo" dedicato al settore regionale.

Grazie per le informazioni che vorrà segnalarci entro il 2 giugno p.v. per impostare al meglio le azioni di sostegno e promo-comunicazione.

*Campo obbligatorio

Indirizzo email *

Il tuo indirizzo email

Il tuo indirizzo email

Indirizzo email *

Il tuo indirizzo email



nonte

emonte

ato.

ismo, VisitPiemonte DMO
piano "RipartiTurismo"

p.v. per impostare al

nonte

no, VisitPiemonte DMO
" dedicato al settore

per impostare al

nonte

o, VisitPiemonte DMO
icato al settore

nonte

, VisitPiemonte DMO
dicato al settore

per impostare al

o, VisitPiemonte DMO
"RipartiTurismo"

. per impostare al

Survey on-line realizzata
dall'Osservatorio

Somministrazione a cura delle ATL



Operatori Opinion Leader – quali

- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, B&B, etc...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, locale di degustazione, etc...)
- Guida / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di Viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, promotore – gestore eventi, concerti e intrattenimenti, etc...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, etc...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciali
- Produttore agroalimentare
- Altri servizi, specificare _____





Operatori Opinion Leader, Associazioni e Consorzi

i quesiti (1/2)

1. In relazione ai **contatti intercorsi con la sua clientela (i suoi associati)**, nei prossimi tre mesi ritiene che **sua attività (attività del comparto)**
 - subirà una **forte riduzione** rispetto alla media del periodo (flessione di oltre il 30% dei volumi della clientela)
 - subirà una **riduzione** rispetto alla media del periodo (flessione tra il 10% e il 30% dei volumi della clientela)
 - sarà in linea con le stagioni precedenti (pari volumi della clientela media del periodo)
 - presenterà un **aumento** rispetto alla media del periodo (incremento tra il 0% e il 10% dei volumi della clientela)
 - presenterà un **forte aumento** rispetto alla media del periodo (incremento tra il 10% e il 30% dei volumi della clientela)
 - non so valutare
2. Quali **punti di forza** ritiene siano presenti **nella sua attività (nelle imprese dei suoi associati)** nel **proporsi al mercato turistico nei prossimi mesi** (indicarne al massimo tre)
3. Quali **punti di debolezza** ritiene siano presenti **della sua attività (nelle imprese dei suoi associati)** nel **proporsi al mercato turistico nei prossimi mesi** (indicarne al massimo tre)
4. Rispetto alle linee guida per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo **grado di preparazione oggi (dei suoi associati)?**

Indicare un valore da 1 = decisamente impreparato a 5 = decisamente preparato





Operatori Opinion Leader, Associazioni e Consorzi

i quesiti (1/2)

- 5. Quali sono le principali problematiche e criticità che sta rilevando nell'apertura della sua attività (delle imprese sue associate)?**
 - Incertezza legata alle decisioni governative circa l'evolversi dell'epidemia, come la possibilità di ulteriori chiusure e/o limitazioni nella propria attività
 - Problemi economici (liquidità)
 - Cancellazione delle prenotazioni
 - Difficoltà a riorganizzare l'offerta in relazione alle linee guida comportamentali
 - Difficoltà nel comunicare ai clienti che l'offerta è adeguata alle linee guida comportamentali
 - Altro, specificare _____

- 6. Quali opportunità ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività (nelle imprese sue associate)?**
 - Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche
 - Scoperta di nuove località e destinazioni minore da parte dei clienti
 - Forte spinta verso l'innovazione tecnologica
 - Altro, specificare _____





Executive Summary (1/3)

Ottima risposta degli operatori all'indagine circa **560 operatori** della filiera e **21 soggetti rappresentanti** di Consorzi Turistici e Associazioni.

Oltre l'**80%** degli operatori ritiene che nei prossimi tre mesi la propria attività subirà una **FORTE CONTRAZIONE** (oltre il 30% della media del periodo), vi sono alcuni però che non riesco a valutare in questa situazione in continuo cambiamento.

Si dichiarano **nella maggior parte dei casi preparati a riaprire l'attività** – non tutti però - se pur lamentino poca chiarezza nelle linee guida di comportamento. I più preparati nella zona delle **Langhe Monferrato Roero** e, a seguire, nell'area di **Biella Valsesia e Vercelli**.

I punti forza sono:

- in parte **intrinseci** nel **territorio** e nel **prodotto** della stagione estiva: **montagna, lago e ampi spazi** per trascorre soggiorni a contatto con la natura, per attività outdoor, strutture open air e in campagna con possibilità di stare all'aria aperta in tranquillità (spazi riservati e sicurezza da distanziamento sociale) – **Biella Valsesia e Vercelli, Cuneese e Distretto Turistico dei Laghi**;
- in parte nella **particolare configurazione dell'offerta turistica locale**: strutture piccole di qualità, a conduzione familiare, con elevato rapporto qualità vs prezzo - **Langhe Monferrato Roero, Alexala e Novarese**.





Executive Summary (2/3)

I **punti di debolezza** si riconducono alla necessità di

- riorganizzare il prodotto per mercati differenti da quelli esteri che rappresentano i bacini principali – **Distretto Turistico dei Laghi e Langhe Monferrato Roero**;
- aumentare la capacità di servizio con risorse non disponibili nell'attuale organizzazione (personale per le pulizie e sanificazione);
- non poter utilizzare particolari strutture che implicano assembramenti (es. camerate).

Le **principali criticità** sono legate **all'incertezza sulle decisioni governative** e alla **cancellazione delle prenotazioni** – tutti i territori.

Per tutti i territori, la **principale opportunità** è legata **alla scoperta di destinazioni minori** tranne Langhe Monferrato Roero che mettono al primo posto l'opportunità di **creare nuovi prodotti ed esperienze turistiche**.





Executive Summary (3/3)

Fra i **commenti** e le **osservazioni**:

- rassegnazione e scoraggiamento per un **anno turistico** che si reputa «**annullato**» – in particolare sul territorio di Alexala e Novarese – ma anche ringraziamenti per il lavoro che si sta svolgendo e ricerca di nuove soluzioni dall'altro – **Alexala, Biella Valsesia e Vercelli e Langhe Monferrato e Roero,**
- richieste di **aiuto economico** e di attenzione verso tutte le tipologie ricettive unitamente a valutazioni **critiche circa chiarezza, tempestività e linee guida** messe a disposizione – **tutti i territori,**
- **ruolo dell'ATL** nell'informazione, comunicazione e accoglienza dell'offerta – **Cuneese,**
- grande attesa verso **un'azione regionale di promozione territoriale forte** verso i mercati esteri tradizionali europei ma anche verso i bacini di prossimità – **tutti i territori,**
- cogliere il momento per **progettare nuove strategie** e **sviluppare nuove esperienze** – in particolare sottolineato dalle **Associazioni e Consorzi Turistici.**





Operatori Opinion Leader, Associazioni e Consorzi

le risposte raccolte

ATL	Survey Operatori	Survey Associazioni e Consorzi
Alexala	18	4
ATL Biella, Valsesia e Vercelli	44	8
ATL del Cuneese	22	1
ATL di Novara	67	0
Distretto Turistico dei Laghi	288	5
Langhe Monferrato Roero	122	3
Totale	561	21

A fronte del diverso tasso di coinvolgimento fra territori, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi è stata condotta per singoli territorio aggregando a livello regionale le sole risposte delle Associazioni e dei Consorzi Turistici.



Operatori *Opinion Leader*

ATL
alexala[®]
AGENZIA TURISTICA LOCALE
della provincia di Alessandria

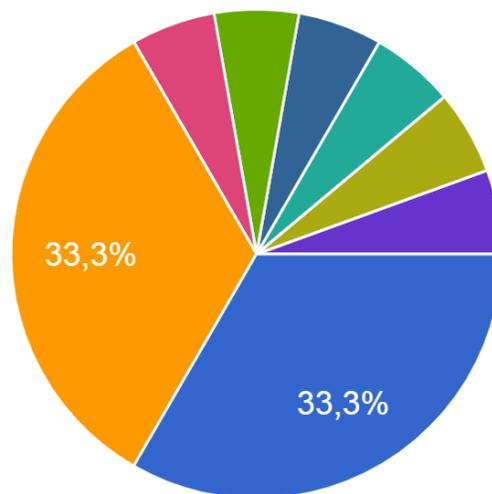


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

Attività principale

18 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, ...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare
- conduttore di gruppo per attività outdoor
- produttore vino
- Comune



In sintesi

Il panel rappresentativo della filiera (18 opinion leader) si trova concorde nella previsione dei prossimi tre mesi: tutti indicano una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi.

Si dichiarano **abbastanza preparati alla riapertura**, ma non tutti (22% non lo è a sufficienza).

Punti di Forza

Prodotto caratterizzato da ampi spazi anche esterni. Un territorio che ancora non è così conosciuto, posizione strategica per i flussi di Lombardia e Liguria.

Scoperta di nuove località e destinazioni minore.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

Rassegnati ma con voglia di coinvolgimento e richiesta di tempestività e concretezza.

Punti di Debolezza

Non saranno più possibili economie di scale ← piccoli gruppi.
Fortemente penalizzati gli operatori che lavorano su gruppi e strutture extralberghiere con offerta in camerate.

Incertezza sulle decisioni governative.
Cancellazione delle prenotazioni sono le principali criticità.

Criticità



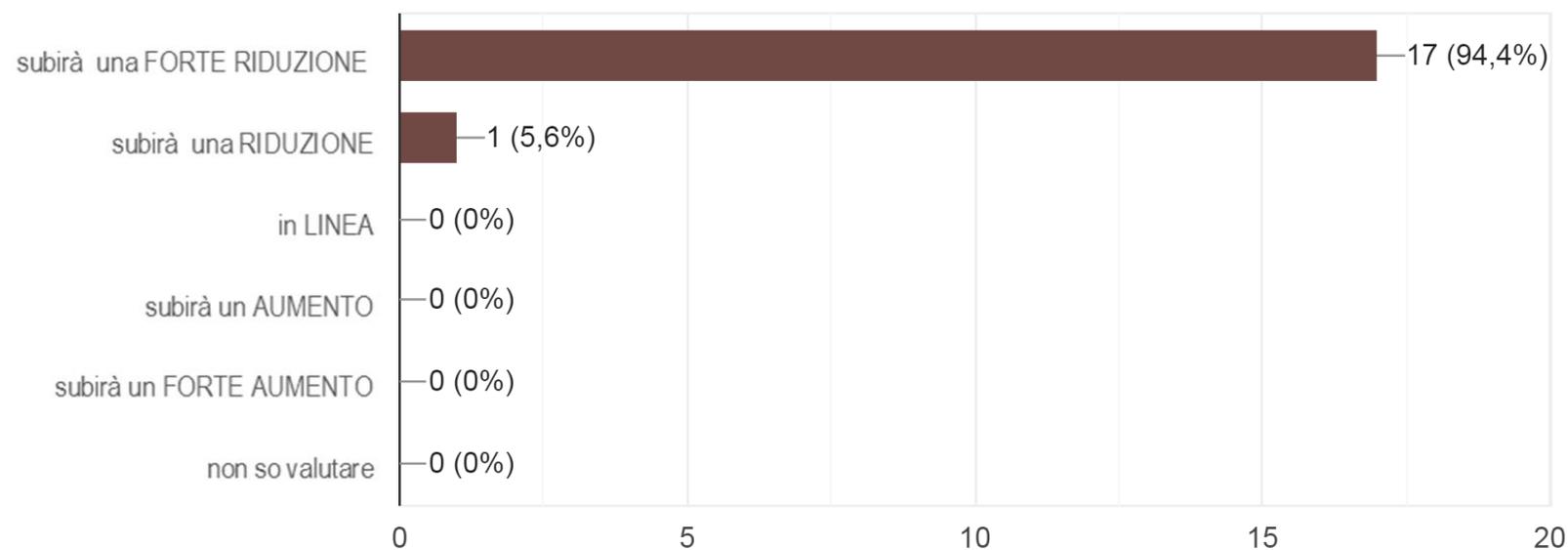


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

18 risposte



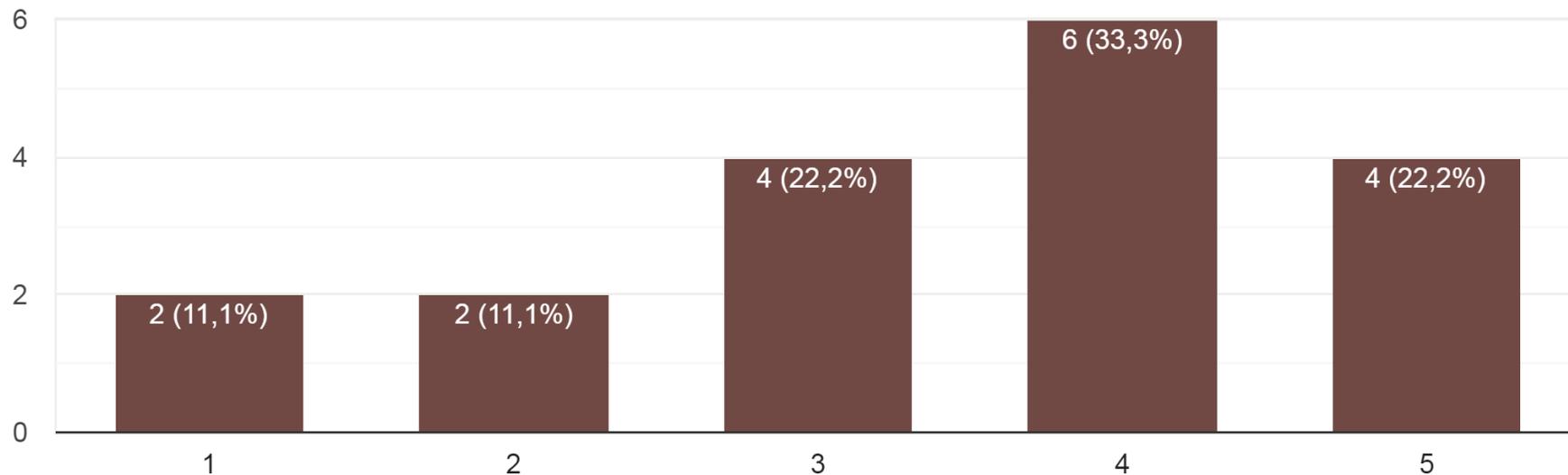


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

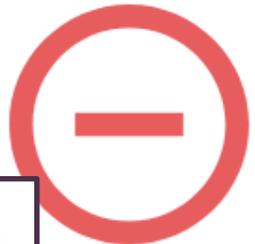
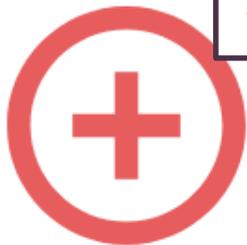
18 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Punti forza e debolezza

all'aria ambiente ampi assebramenti attivita circuiti
conoscenza da dagli dare dei della esempio fatto fuori
gia giardino guidate interessanti la lontano media meno momento natura non nuove
personale piccoli piu posizione possibilita potrebbe
presenza priva quanto ristorante sicurezza siti snellezza solo
spazi straniere taglio **territorio** tipo turistici turistico tutto



ancora assebramenti assenza camerate chiusi
chiusura ci con conosciuta cui dal dei della delle enti esigenza frustrazione
gruppi gruppo il **impossibilita** inutili
l'impossibilita lavorare lavoro le locale locazione luoghi molto non operare
organizzare per piccoli poca poco promiscuita
prospettive pullman riapertura sanitari **scarsa** situazione soluzioni **sono**
spostano **turisti** turistici visite





La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

18 risposte

Incertezza legata alle decisioni governative



Problemi economici (liquidità)



Cancellazione delle prenotazioni



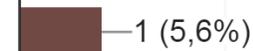
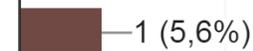
Difficoltà a riorganizzare l'offerta



Difficoltà nel comunicare ai clienti



Altro



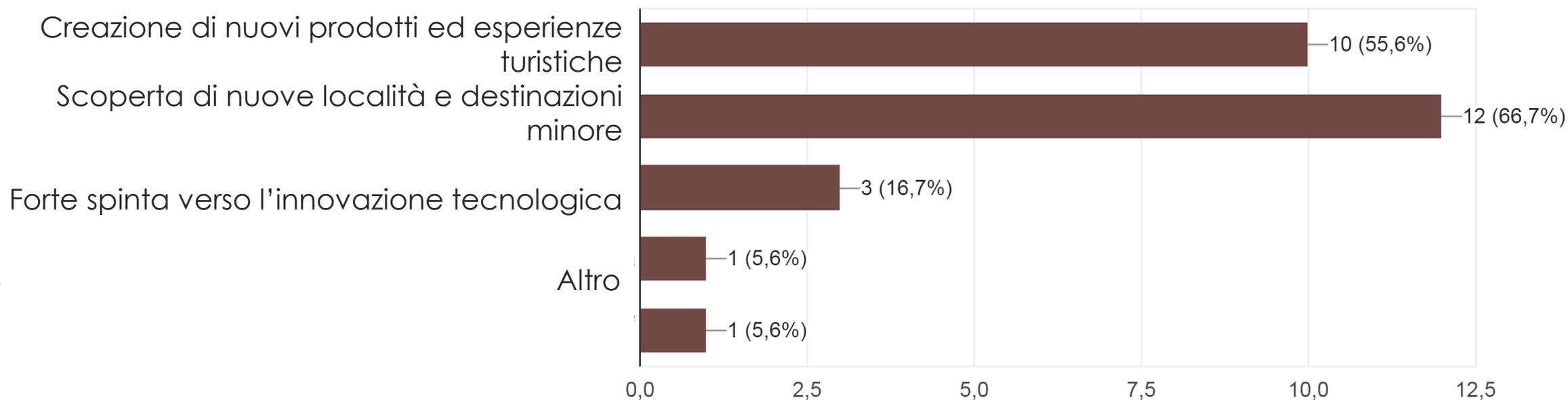


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

18 risposte





La parola agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

<<Dato l'elevato numero di cancellazioni da parte di gruppi stranieri e italiani oggettivamente ritengo che nell'anno in corso ci saranno **esigue possibilità di lavoro per il nostro settore.**>>

<<Credo che sia importante che la Regione si faccia promotrice di **azioni CONCRETE e VELOCI** che diano speranza agli operatori. Io vedo solo buio e, se non si vede la luce, il passo verso la chiusura à" brevissimo. Ricostruire sarà poi molto costoso una volta che le professionalità saranno disperse.>>

<<Bisogna **smetterla di calare dall'alto le soluzioni** ed ascoltare pienamente le associazioni di categoria, soprattutto in questo momento.>>

<<E' **importante fare chiarezza sulle disposizioni da comunicare alla clientela** in modo che possa prepararsi di conseguenza e ci si senta sicuri da entrambe le parti. **Per le visite guidate all'esterno e nei luoghi chiusi non ci sono chiare disposizioni.**>>



Operatori *Opinion Leader*



Agenzia di accoglienza
e promozione turistica locale
della Valsesia e del Vercellese

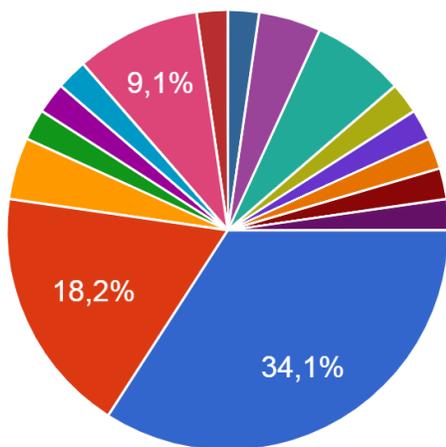


La parola agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

Attività principale

44 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, ...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consortio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare
- Spa, chalet vacanza, ristorante
- Noleggio con conducente
- Parco Avventura
- Centro di Bungee Jumping
- Ristorante, noleggio e-Bike con itinera...
- PRODUZIONE E VENDITA LIQUORI



In sintesi

Il panel rappresentativo di tutta la filiera (44 operatori) indica una FORTE CONTRAZIONE per circa la metà degli operatori nei prossimi 2/3 mesi, per il 22% ci sarà una CONTRAZIONE dell'attività, il 10% NON SA VALUTARE, ma ci sono alcune voci positive (produttori agroalimentari).

Si dichiarano decisamente **preparati** alla riapertura.

Punti di Forza

Prodotto montagna e outdoor . Possibilità di stare a contatto con la natura in spazi ampi e aperti.
Qualità del servizio e professionalità degli operatori circa il lavorare in sicurezza.

Scoperta di nuove località e destinazioni minore.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

Richieste di aiuto, ma anche riflessioni di visione e concretezza.

Punti di Debolezza

Impossibilità di realizzare eventi che per il territorio sono motore attrattivo dei flussi turistici. Territorio ancora poco conosciuto che necessiterebbe di grandi investimenti di promozione.

Incertezza sulle decisioni governative.
Problemi di liquidità.

Criticità

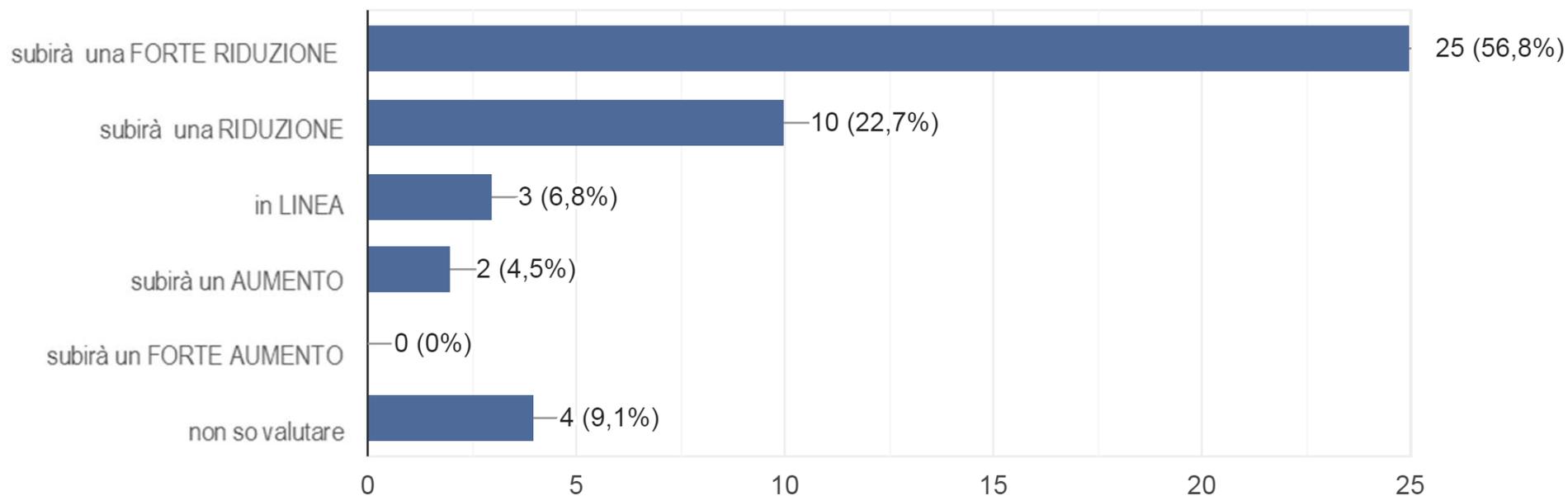


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

44 risposte

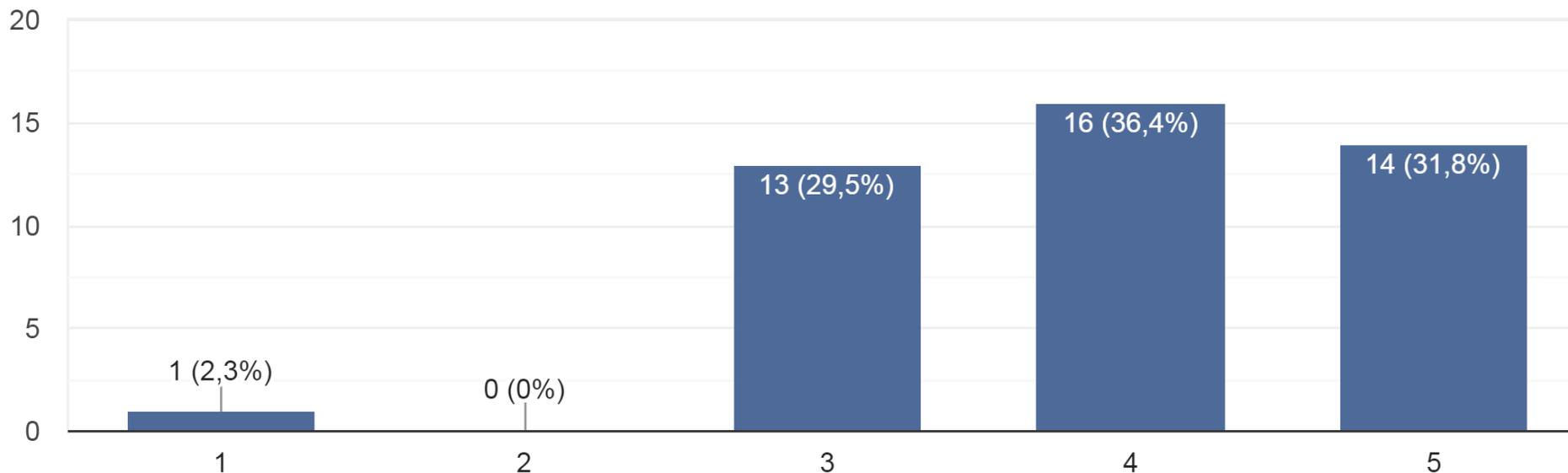


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

44 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Punti forza e debolezza



ad all'accesso all'aria ampi aperta **attività** biellese che cibo da
della disposizione **distanziamento** il la madre
montagna natura naturale nel nella noi
non offerta outdoor **panorama** parco passo **possibilità** potersi prenotazione
prodotti prodotto produzione pubblico **qualità**
rapporto riservatezza **servizio** siamo **sicurezza** sono
soprattutto **spazi** spazio stretto territorio tranquillità turismo un



ad all'aumento altre ancora aumento azienda comunicazione con costi **da** degli della
difficoltà dovuto ed estero **eventi** fare flussi gestione grado gruppi guida
impossibilità incertezza inevitabile internazionale **la le**
locali mascherine meeting mercato noi **non** nostro **organizzare**
passaggio **persone** poca **poco** possibilità prezzi prodotto spesa tempo
territorio turismo viene visibilità

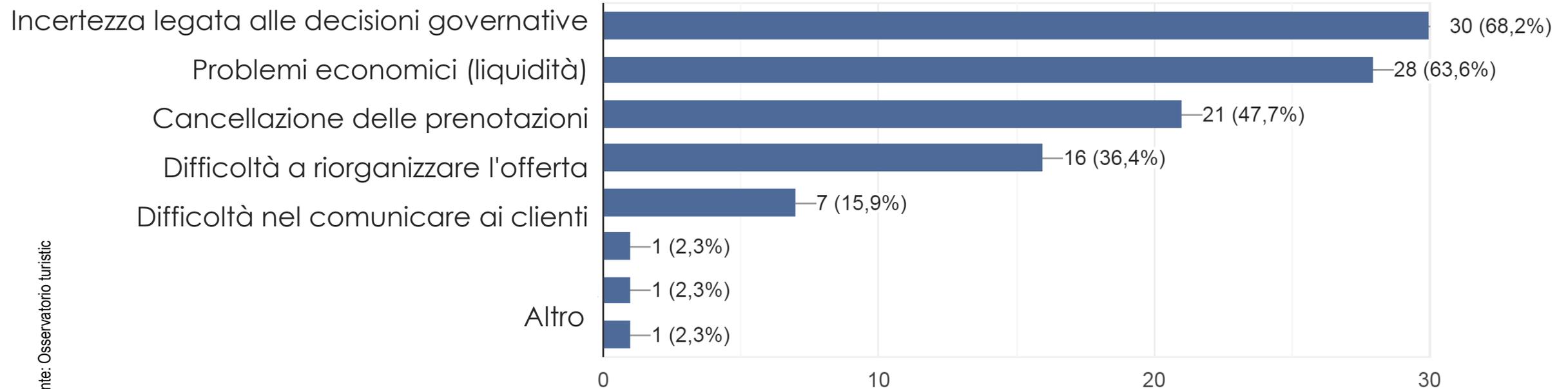


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

44 risposte

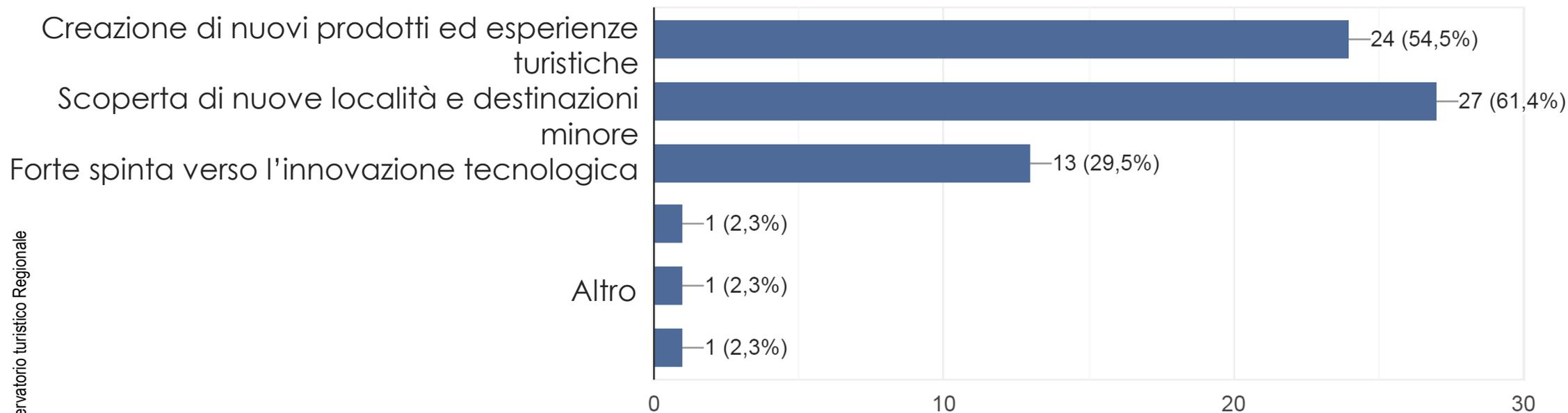


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

44 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

ai ancor ancora **attività** capacita chiarezza **cia** circa cittadini cosa da dei
della delle diverse divertimento dovrebbero dovuto essere **far fare** giornata gli hanno
il lavorare lavoro loro **nel** noi **non** nostro ogni piu possono prima
regole sappiamo **se** sempre senza servizi **si** sono sulla tempo **territorio** un **una**
vogliono

<< Sarebbe molto interessante **valorizzare le attività di ogni categoria** e ogni singolo **territorio** che si impegnano **con professionalità nello svolgimento del loro lavoro**, garantendo la qualità al di là del prezzo.... >>

<< **Chiarezza e sgravi fiscali in caso di mancati proventi** >>

<< Il **biellese** è una terra fantastica merita di essere valorizzata: se riusciamo a **lavorare sul territorio tutti insieme** sicuramente si otterranno dei risultati ma per far questo bisogna abbandonare i propri orticelli non pensare sempre e solo a se stessi ma lavorare in sinergia ...altrimenti ogni sforzo sarà vano e soprattutto lavoro con le aziende del territorio >>



Operatori *Opinion Leader*



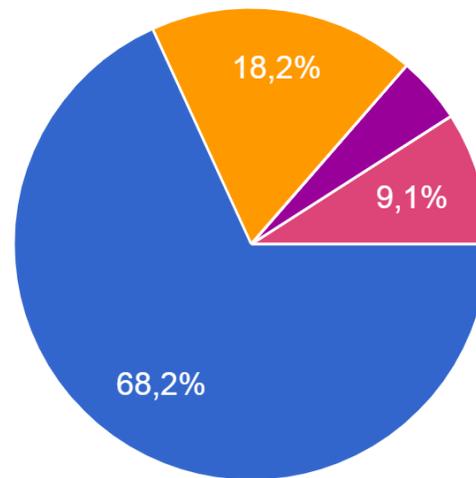
ATL
Azienda Turistica
Locale del Cuneese



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

Attività principale
22 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, ...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare





In sintesi

Il panel (22 operatori) indica una FORTE CONTRAZIONE dell'attività nei prossimi mesi per l'80% degli operatori.

Si dichiarano **preparati** alla riapertura, ma non tutti (qualcuno non si ritiene sufficientemente preparato).

Punti di Forza

La montagna che permette ampi spazi, natura, sicurezza dalle opportune distanze, spazi ampi e aperti per trascorre vacanze in tranquillità o praticando attività outdoor in piccoli gruppi.

Scoperta di nuove località e destinazioni minore.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

Punti di Debolezza

Prodotto transfrontaliero che subisce le limitazioni dei passaggi di frontiera senza un chiaro raccordo circa i protocolli di sicurezza per la gestione e la comunicazione alla clientela.

Cancellazione delle prenotazioni.
Incertezza sulle decisioni governative.

Criticità

Mancanza di regole e chiari indirizzi di comportamento. Riconoscimento dell'ATL come attore chiave per la comunicazione del prodotto locale.



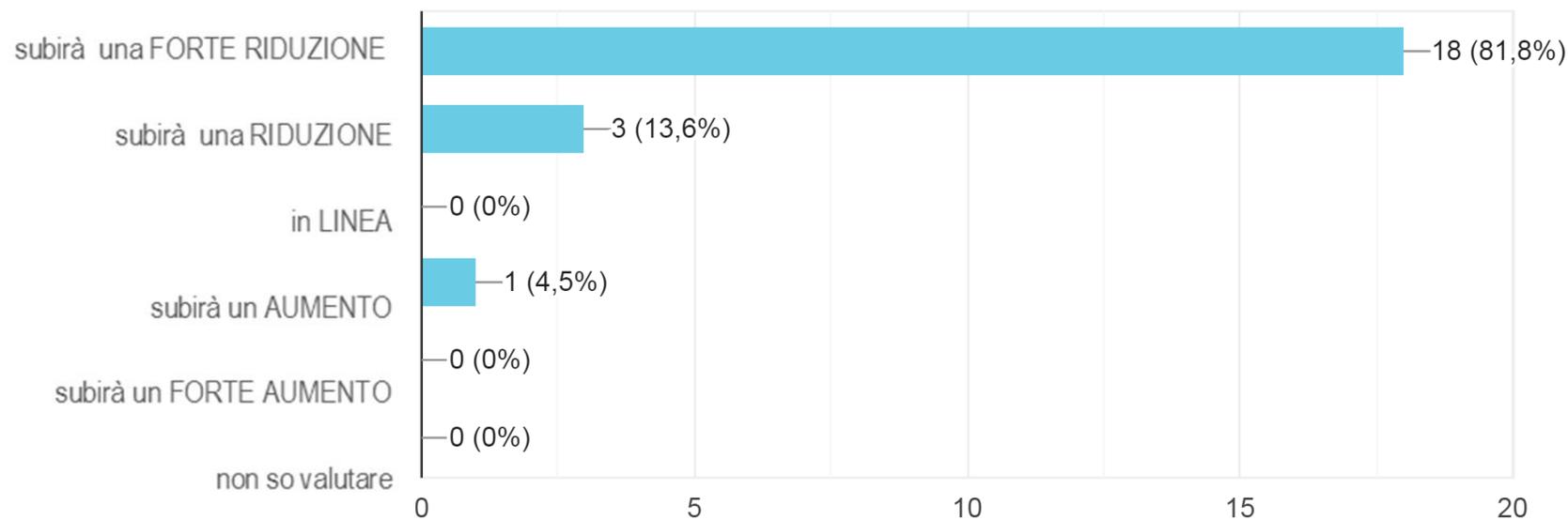


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

22 risposte



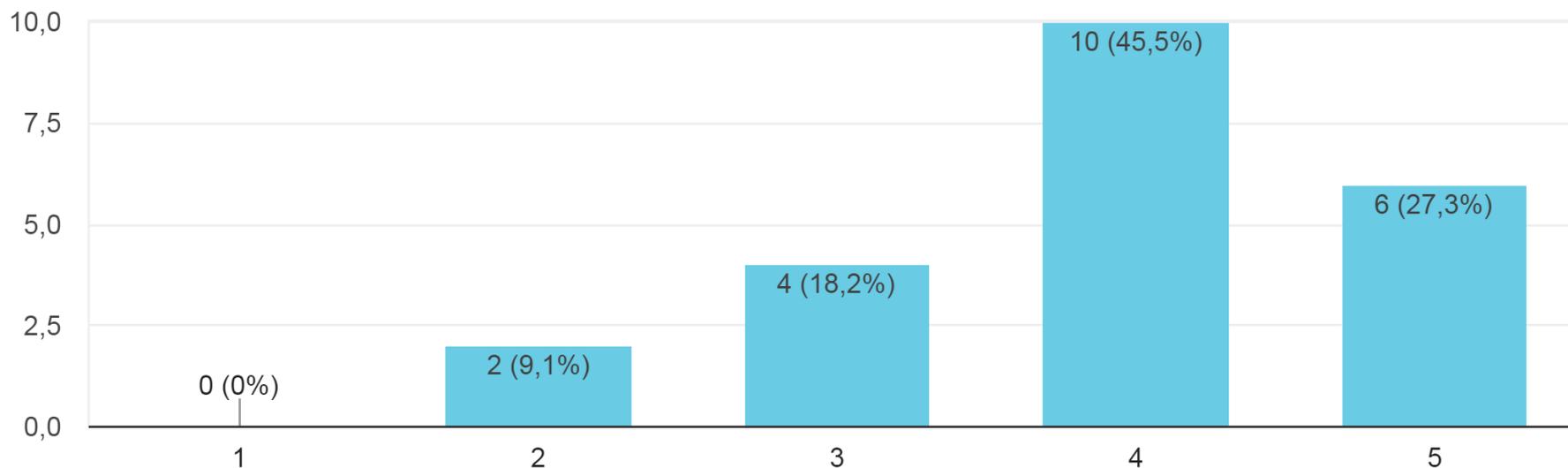


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

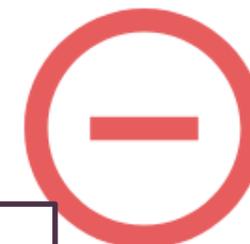
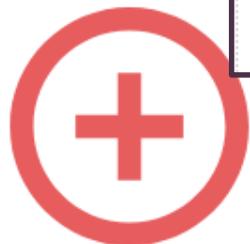
22 risposte



La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Punti forza e debolezza

ad al alberghiera all'hotel alla aree beppino **camere** casotto centro citta
 clientela comuni **con** conduzione conoscenza contesto culturale da famiglie
 far **grande** grandi la le legata loro **montagna**
 normative outdoor piccoli **posizione** possibilita
 presto rispetto ristorante rivolgersi **sicurezza** spazi
 struttura supporto tecnologica territorio tranquillita
 troppo tutti un una versi **vicinanza**



abbastanza ad **al** all'interno almeno assenza attivita
 blocco castello chiusura clientela clienti comune comuni
 dei difficulta frontiere gestione **gruppi** indicarne interna interni
la mancanza mercato mesi momento
non numeri oggi piccoli politica presenti principale
 riduzione ritardo **sicurezza** sostenibile spazi stazione
 struttura sui sulla territorio timore turismo **una** vendita via



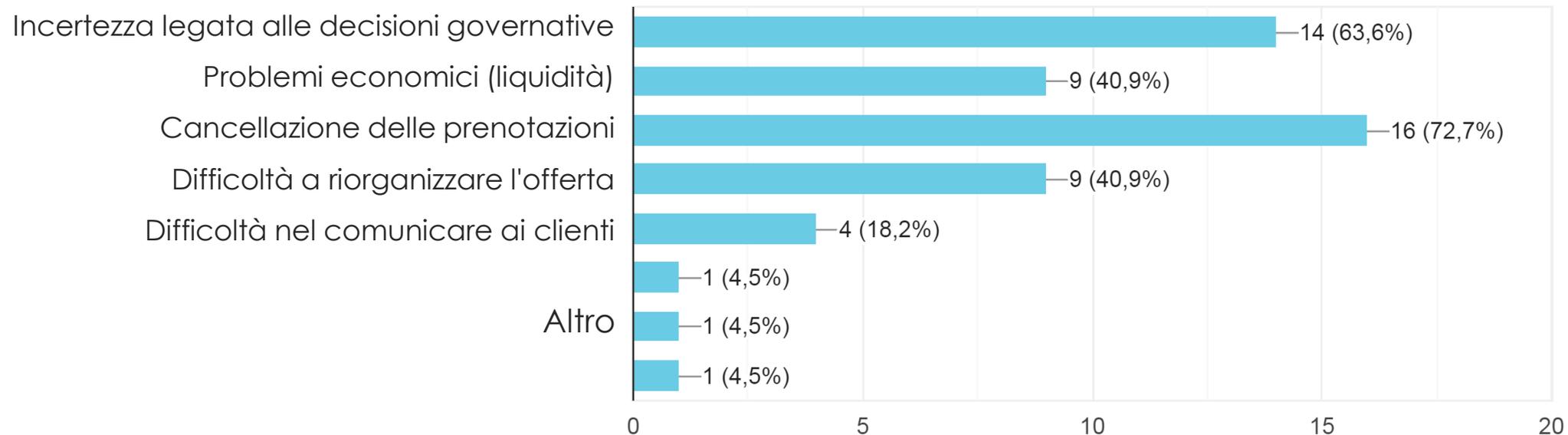


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

22 risposte



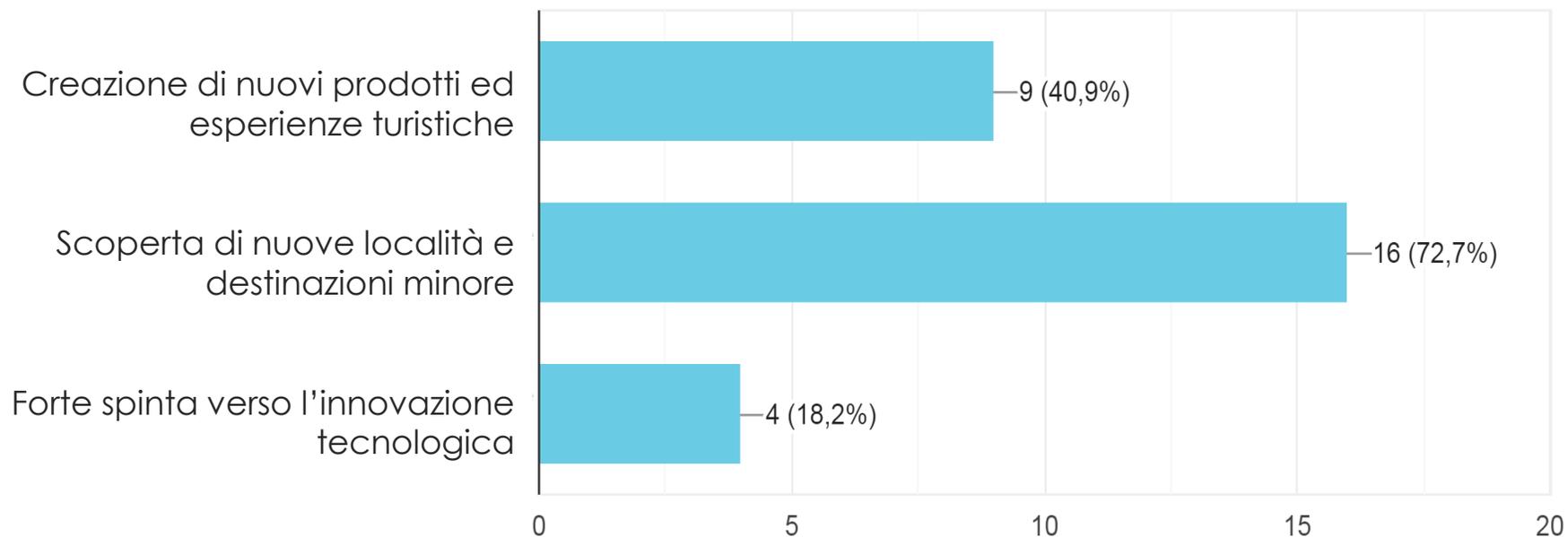


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

22 risposte





La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

<< Al momento **linee guida relative alla professione di Accompagnatore Naturalistico** non ne ho lette, forse per mancanza mia. Ma senza sapere a che condizioni possiamo lavorare è difficile. Ad esempio: avremo un numero massimo di partecipanti? A che distanza dovremo stare facendo attività all'aperto ma in "fila indiana" vincolati dal sentiero? Ecc..>>

<<**Il coordinamento di ATL sarà determinante** nella comunicazione di prodotti e servizi erogati da professionisti del settore>>

<<Da marzo a fine maggio **mercato azzerato**, se si riparte con troppe normative e restrizioni si limiterà anche la stagione estiva.>>

<<E' vergognoso che il **governo non mandi aiuti a fondo perduto!** >>





Operatori *Opinion Leader*

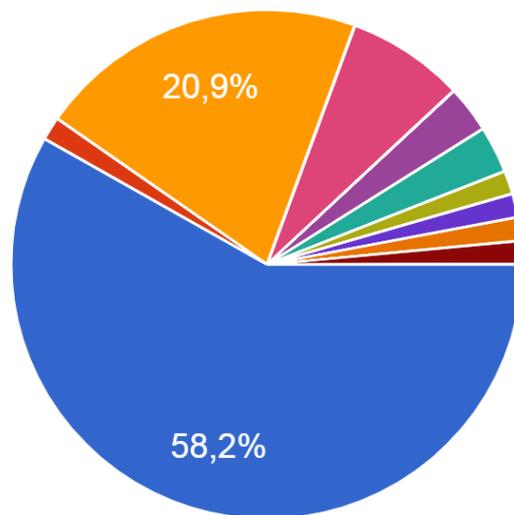


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

Attività principale

67 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, ...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare
- guida escursionistica ambientale
- Affitta camere
- Struttura extra alberghiera
- Appartamento in affitto saltuario privato
- guida turistica occasionale



In sintesi

Il panel rappresentativo (67 operatori) indica una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi per l'80% degli operatori, ma vi sono alcuni che non sanno ancora valutare.

Si dichiarano **preparati** alla riapertura, ma non tutti (qualcuno non si ritiene sufficientemente preparato).

Punti di Forza

La flessibilità di adattarsi a diverse situazioni. Capacità di gestire anche piccoli gruppi con professionalità. Attenzione alla pulizia unitamente al rapporto prezzo / qualità.

Scoperta di nuove località e destinazioni minore.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

Scoraggiamento dovuto all'emergenza sanitaria.

Punti di Debolezza

I costi da sostenere per l'adeguamento alle regole di sicurezza con poca disponibilità economica. Necessità di rivolgersi ad altri segmenti / mercati.

Cancellazione delle prenotazioni.
Incertezza sulle decisioni governative.

Criticità



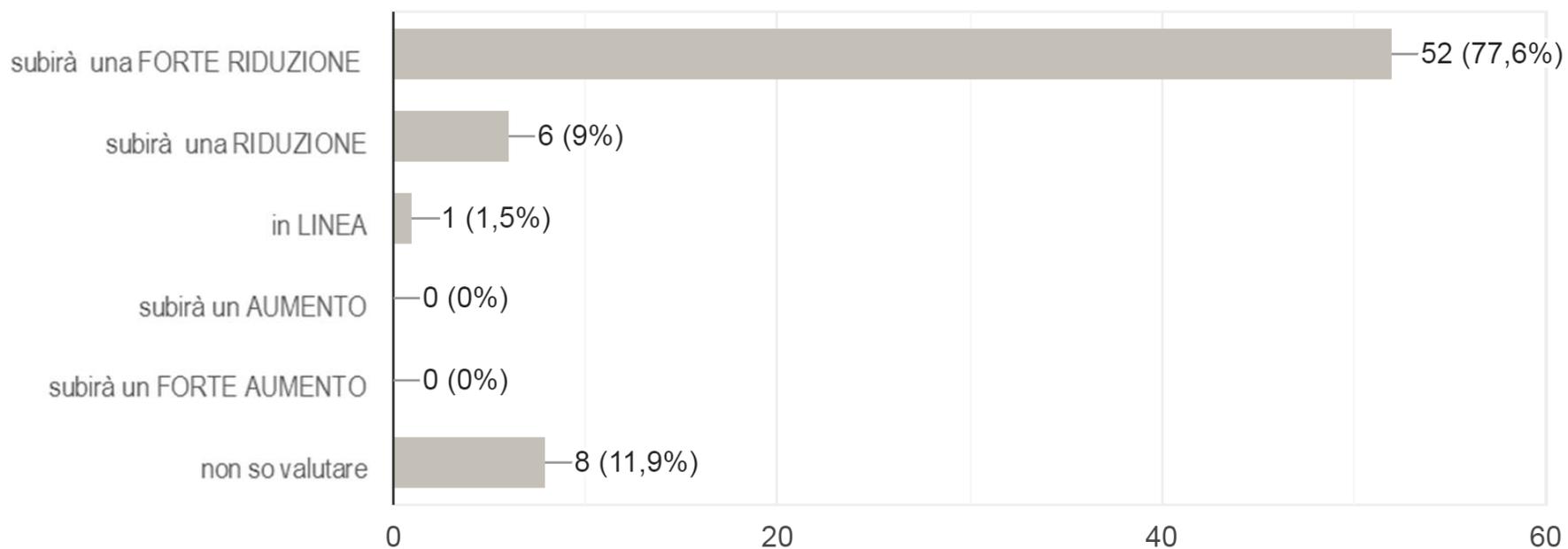


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

67 risposte



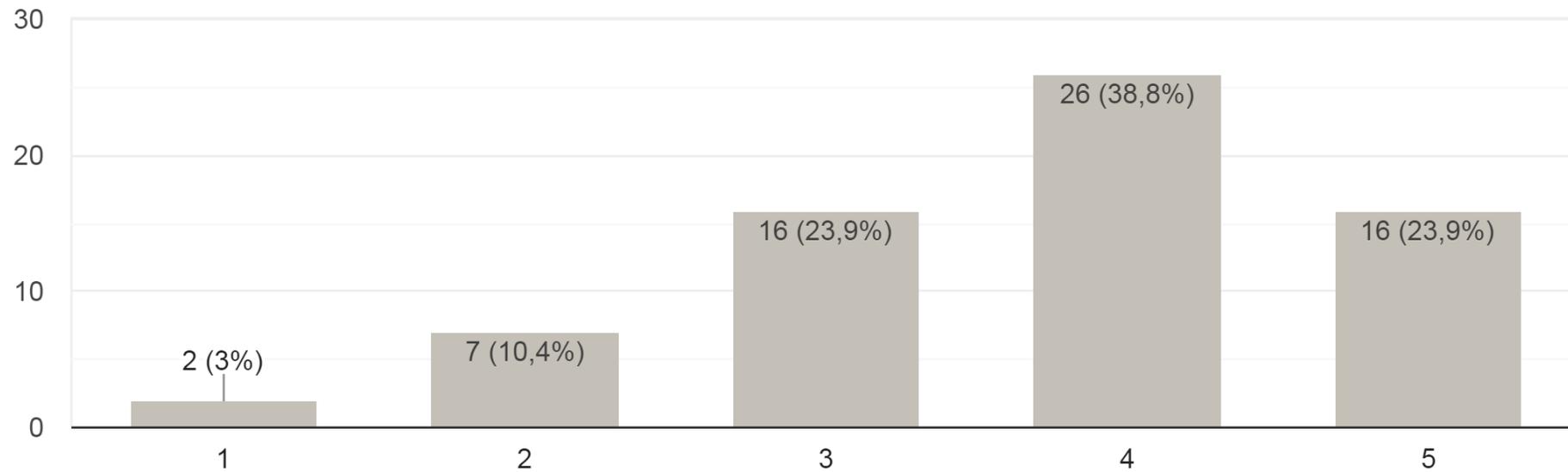


La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

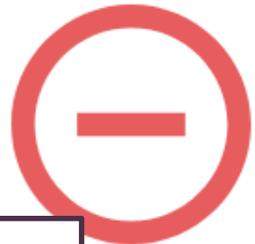
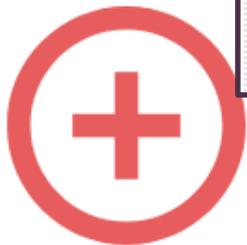
67 risposte



La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Punti forza e debolezza

accoglienza ad al all'aperto all'aria ambiente ampi aperta
attività casa chi ci città clienti con cordialità del ed
essere familiare flessibilità **gestire** gruppi itinerari
luoghi mercato nel non passeggiate piccola
posizione prezzo prossimità **pulizia**
qualità rapporto ricettiva richieste servizio sono spazi
storico **struttura** territorio **turismo** un
una vicinanza vicino visite



al albergatori alla alta altre anche attività clientela clienti con concorrenza costi dei
della delle **difficoltà** disponibilità economica gestione gli
gruppi hanno il impossibilità incertezza la le ma mancanza
mercato nella nessuno nettamente **non** novara paura poco posizione punti regioni
regole **si** situazione sono stranieri struttura **turismo** turisti voro
zona

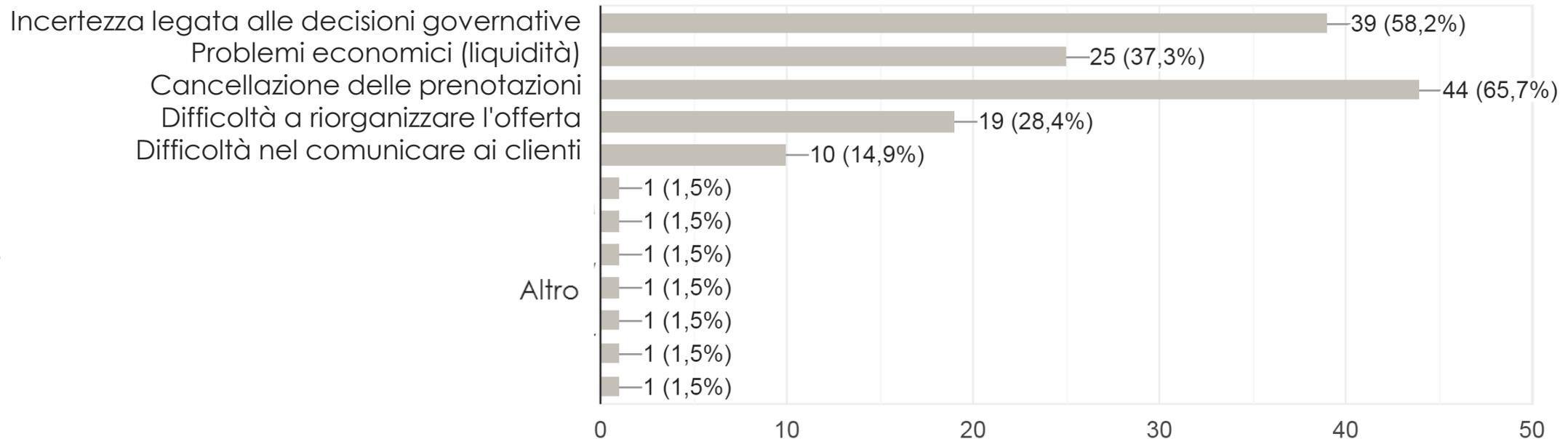


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

67 risposte





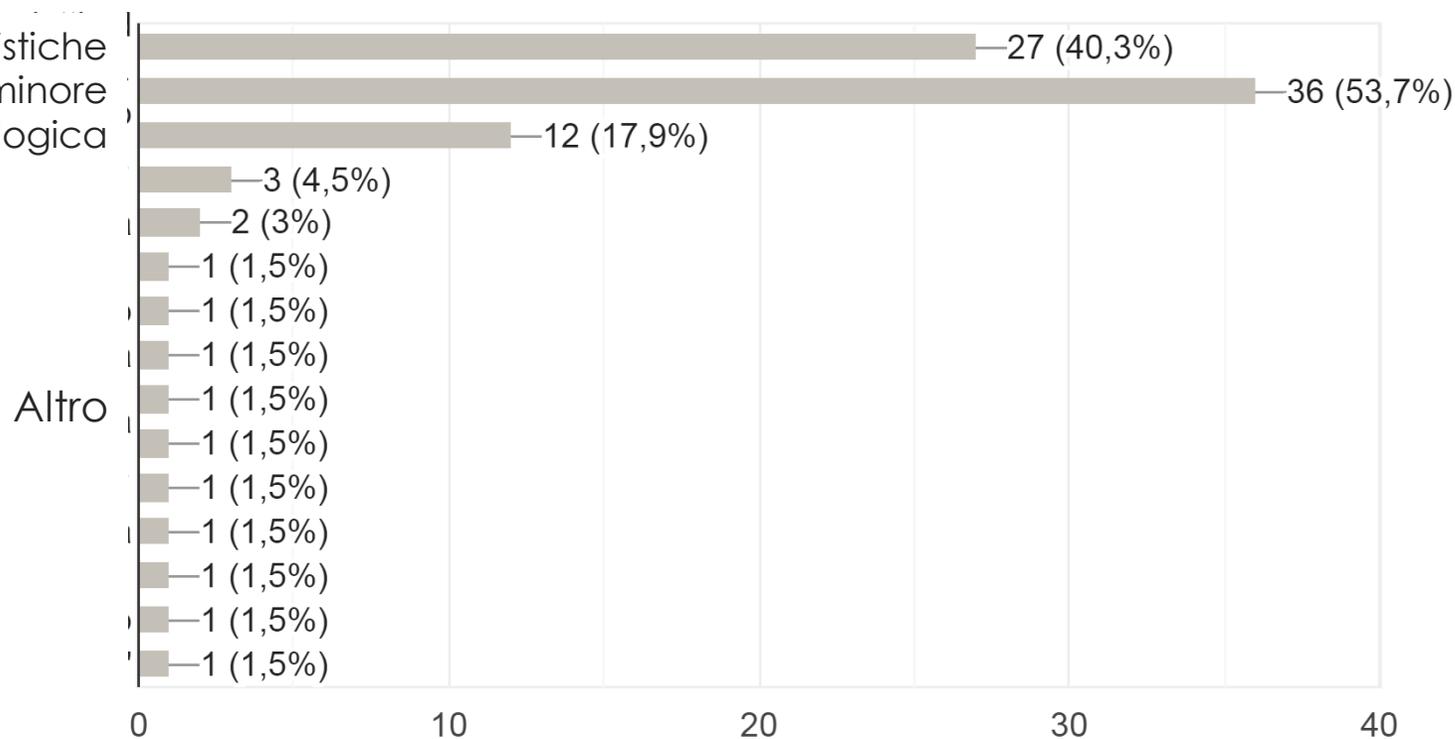
La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

67 risposte

Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche
Scoperta di nuove località e destinazioni minore
Forte spinta verso l'innovazione tecnologica



La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

ad aeroporto al alla appartamento attivita auguro autunno
cancellati che chiusura ci **con** dai decreti della due ed era
graduale grazie ha l'incertezza lavoro **ma** mercati **mi** mio
molto nei nel **non** nostra obbligatorie pandemia
piu prenotazioni questo ripresa ritorno **sarebbe** se **si**
sono stagione tempo turistiche tutto un una

<< **La pandemia mi ha scoraggiato tantissimo**, paura della gestione problematiche inerenti al covid19. ripercussioni penali e civilistiche >>

<< **L'incertezza circa l'evolversi della pandemia** ha portato alla cancellazione TUTTE prenotazioni turistiche>>

<< I nostri **tre mercati principali** erano legati a flussi dall'aeroporto, per locali manifestazioni - in quanto nostra destinazione non attira mercati turistici - e lavoratori (ditte). I primi due sono stati cancellati dai decreti chiusura, l'ultimo preferisce andare in appartamento non dover incorrere in regole dopo il lavoro quindi nostra categoria viene nuovamente penalizzata dalle responsabilità e dai decreti ... >>

Operatori *Opinion Leader*

**DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI**



**Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola**



La parola agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

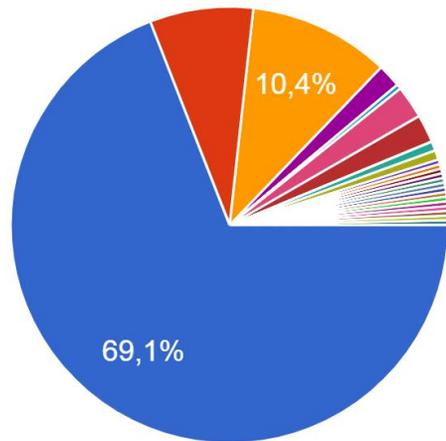
DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

Attività principale

288 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo, ...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare
- Rifugio alpino
- Campeggio
- Guida ambientale escursionistica
- Eventi Sportivi
- attività agricola con agriturismo
- Giardino Botanico
- info turistica attraverso radiodiffusione
- Agenzia di Organizzazione EVENTI &...
- Agenzia Immobiliare che gestisce app...
- Parco Avventura - OutDoorCamp lago...
- LAGO MAGGIORE ZIPLINE
- Casa Vacanze Parrocchiale
- Albergo, ristorante e bar
- Area protetta/monumentale
- RIFUGIO ALPINO
- guida escursionistica - guida delle aree protette dell'Ossola



In sintesi

L'indagine ha coinvolto **molti operatori** (288 operatori della filiera): l'85% indica una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi; il 9% indica una CONTRAZIONE e il 5% degli operatori NON SA VALUTARE.

Si dichiarano **abbastanza preparati** alla riapertura, ma non tutti (circa il 15% non sufficientemente).

Punti di Forza

La vocazione del territorio caratterizzato da strutture *open air* rappresenta un elemento intrinseco di forza (senso di sicurezza). Il lago.

Scoperta di nuove località e destinazioni minore.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

I commenti si riferiscono ad una presa di coscienza di ciò che manca a livello infrastrutturale con l'auspicio di avviare una programmazione strategica di più ampio respiro.

Punti di Debolezza

Prodotto vocato ai mercati esteri che hanno azzerato la domanda per l'anno corrente.

Incertezza sulle decisioni governative.
Cancellazione delle prenotazioni.

Criticità





La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

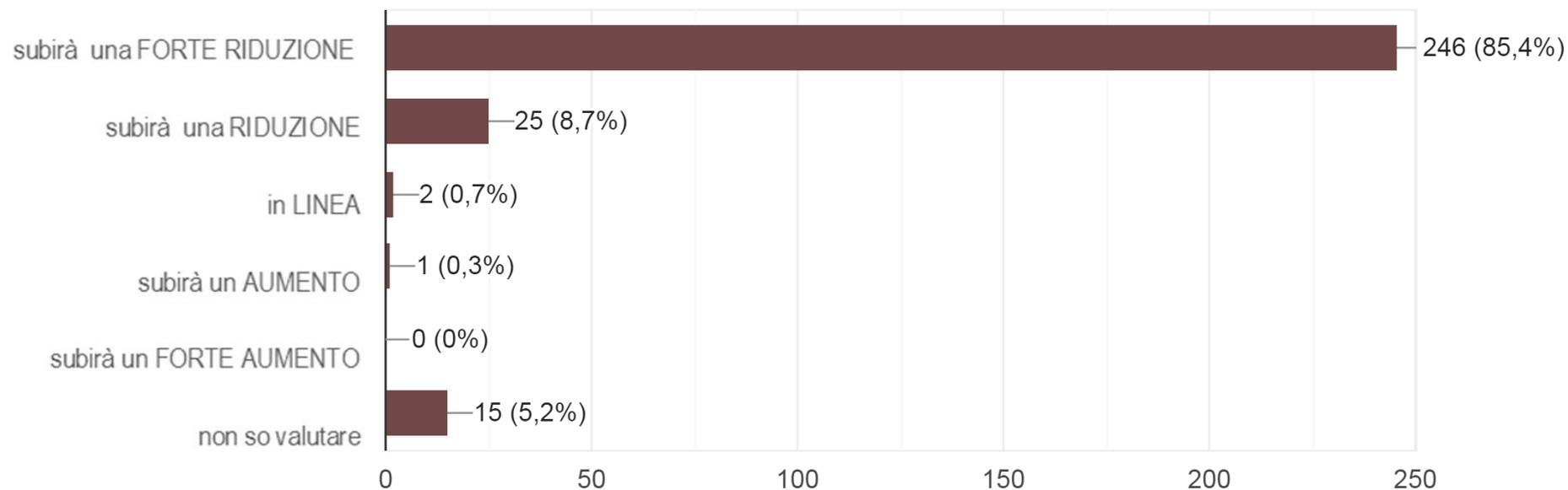
DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

288 risposte





La *parola* agli Operatori Opinion Leader

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI

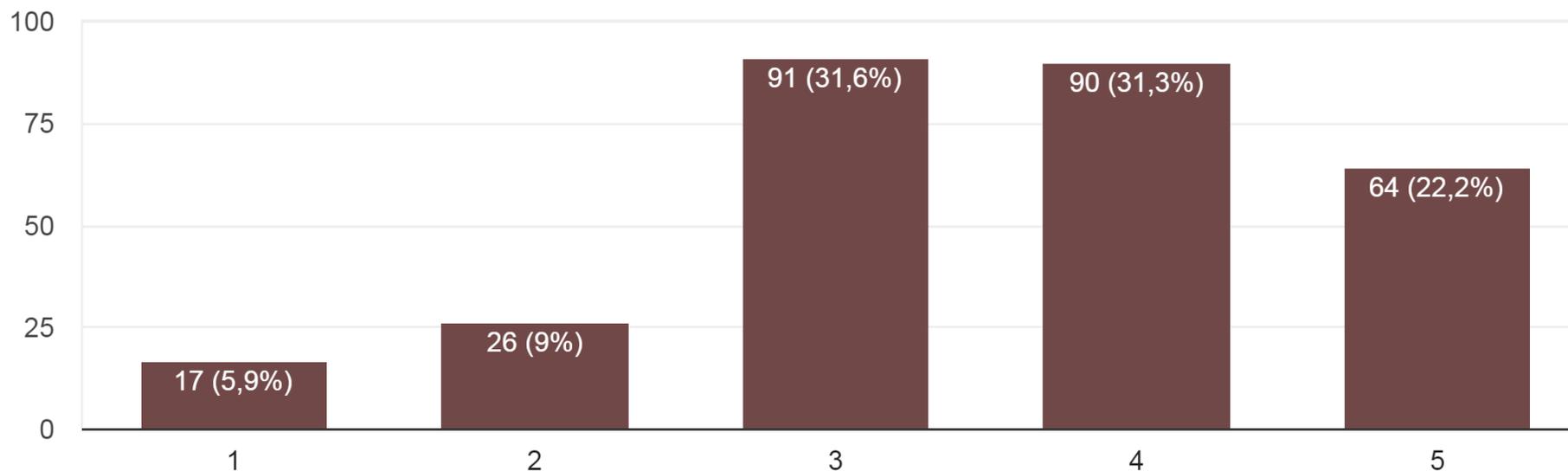


Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

288 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

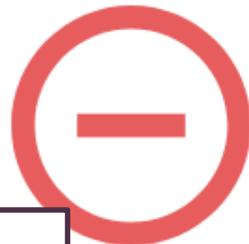
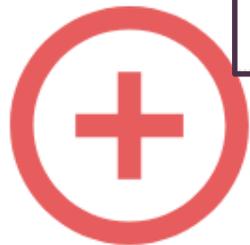
Punti forza e debolezza

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

al all'aperto all'aria alla ampi aperta appartamenti attivita
camere centro che colazione comuni da dal del distanziamento essere
familiare giardino grandi il **la** lago le location montagna
natura nel nella non piccola **posizione**
possibilita prezzo pulizia qualita quindi sicurezza solo
spazi spazio **struttura** territorio
tranquillita turismo ubicazione **un** una zona



al alla alle assenza attivita camere chiusura **clientela** clienti comune
con covid da dal dei **delle** difficolta distanziamento frontiere gruppi
guida il **la** lago le linee **mancanza** mercato nel nella nessuna
nessuno **non** nostra paura poca poco posizione regole servizi si **sono** spazi
stranieri struttura su **turismo** turisti **un** una



La parola agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

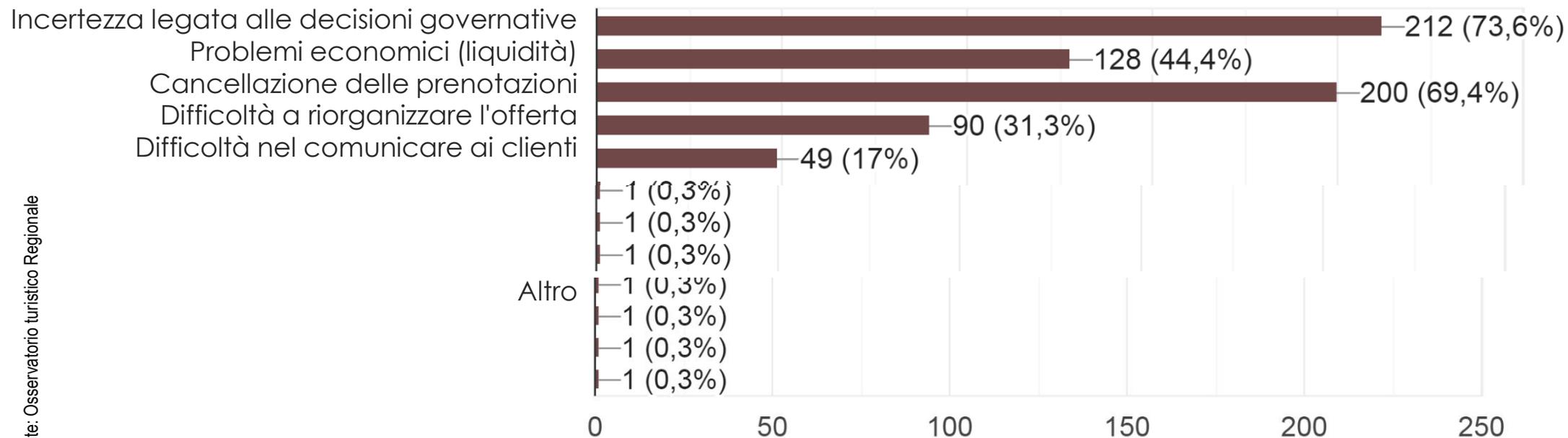
DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

288 risposte





La **parola** agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI

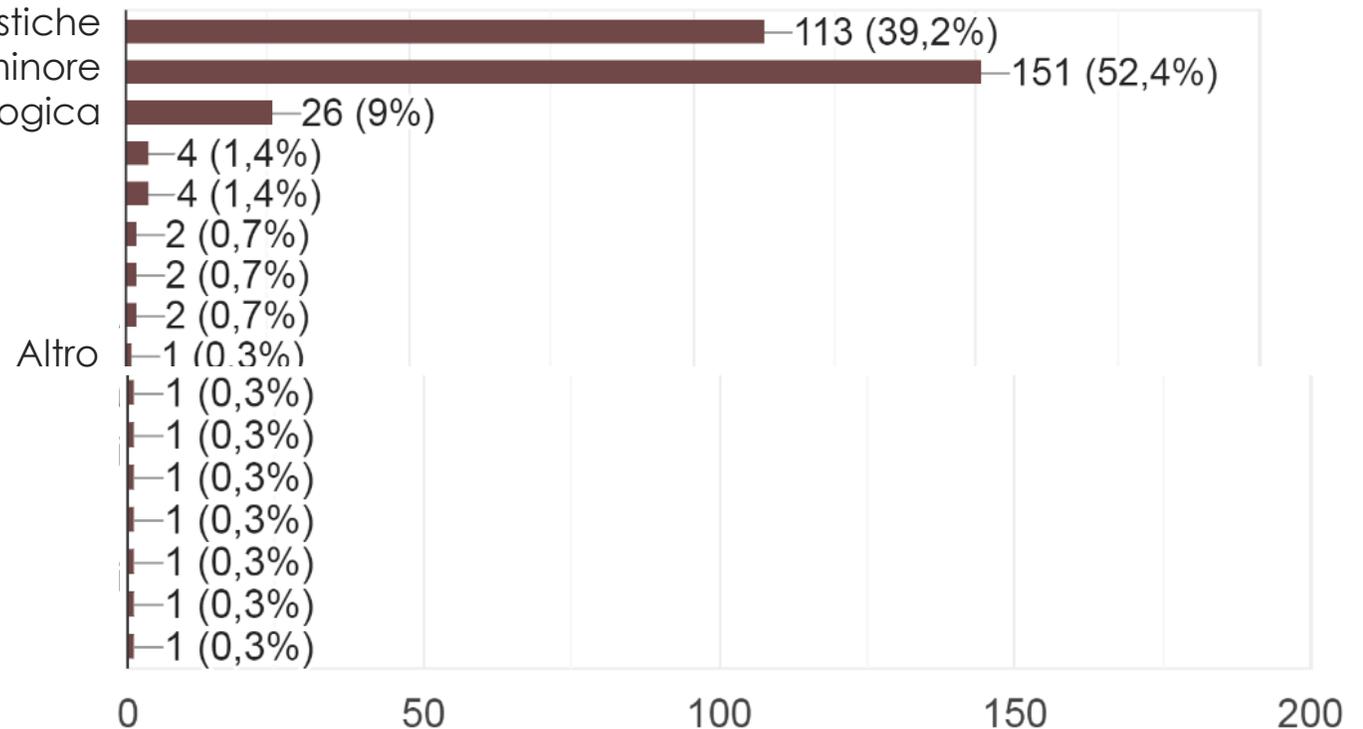


Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

288 risposte

Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche
Scoperta di nuove località e destinazioni minore
Forte spinta verso l'innovazione tecnologica



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola

abbiamo ad al alla anche ancora **attivit**a chi ci clienti **con** costi dal dalla dei
della fare gli **guida** hanno lago lavoro ma mia molto momento ne **non** ora
ospiti **piu** purtroppo quanto **questo** regione **sara** sempre **senza si** situazione solo **sono**
stagione stato struttura **strutture** su turismo turisti **una**

- << **Manca una strategia turistica a lungo termine** come x esempio dare l'opportunità a chi è a Stresa andare a Baveno a piedi o bici senza rischiare di essere ammazzati in questo momento sarebbe la possibilità ai quei pochi turisti che arriveranno a muoversi da un paese all'altro distribuendo così sui due centri quelle poche entrate che ci saranno e dando al turista una passeggiata unica al mondo. >>

<< **Incrementare la promozione del lago maggiore e orta + ossola** attraverso giornali tv e media in generale. **pochi italiani ci conoscono!!!!** Soprattutto pochi piemontesi >>

<< **Positivo questo sondaggio**>>

<< **Le linee guida sono molto poco chiare**>>



Operatori *Opinion Leader*



LANGHE
MONFERRATO
ROERO

The Home of BuonVivere

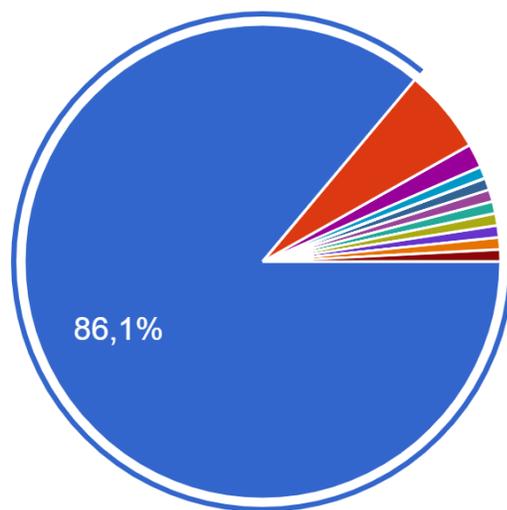


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Rispondenti

Attività principale

122 risposte



- Struttura ricettiva (Hotel, Agriturismo,...)
- Ristorazione (ristorante, trattoria, local...)
- Guida turistica / Accompagnatore
- Consorzio turistico
- Tour operator
- Agenzia di viaggi
- Attrattore (sito culturale, museale, pro...)
- Noleggio attrezzature (bike, e-bike, et...)
- Trasporti turistici
- Attività commerciale
- Produttore agroalimentare
- Cantina/struttura ricettiva
- Affittacamere con somministr.
- Enoteca - wine bar
- Albergo Ristorante Caffè
- Titolare Casa Vacanze





In sintesi

L'indagine ha coinvolto **molti operatori** (122 operatori che risulta un campione rappresentativo della ricettività): l'87% indica una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi; il 9% indica una CONTRAZIONE e il 7% degli operatori NON SA VALUTARE. Si dichiarano **decisamente preparati** alla riapertura.

Punti di Forza

Piccole strutture "in campagna" dotate di ampi spazi anche esterni con piscina, che permettono di vivere in tranquillità e sicurezza un soggiorno di qualità.

Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.
Scoperta di nuove località e destinazioni minore.

Opportunità

Richieste di chiarezza e rapidità di azione, ma consapevolezza dell'essere inseriti in un territorio regionale con Enti preposti a cui rivolgersi. Ringraziamenti per il lavoro in corso. Accanto ad alcune richieste di aiuto, la richiesta di un'azione di promozione ampia forte e strutturata verso l'estero.

Punti di Debolezza

Prodotto vocato al turismo estero.
Necessità di riorganizzazione per rivolgersi alla domanda interna. Limitata capacità di adeguare il servizio in sicurezza senza costi aggiuntivi.

Incertezza sulle decisioni governative.
Cancellazione delle prenotazioni.

Criticità

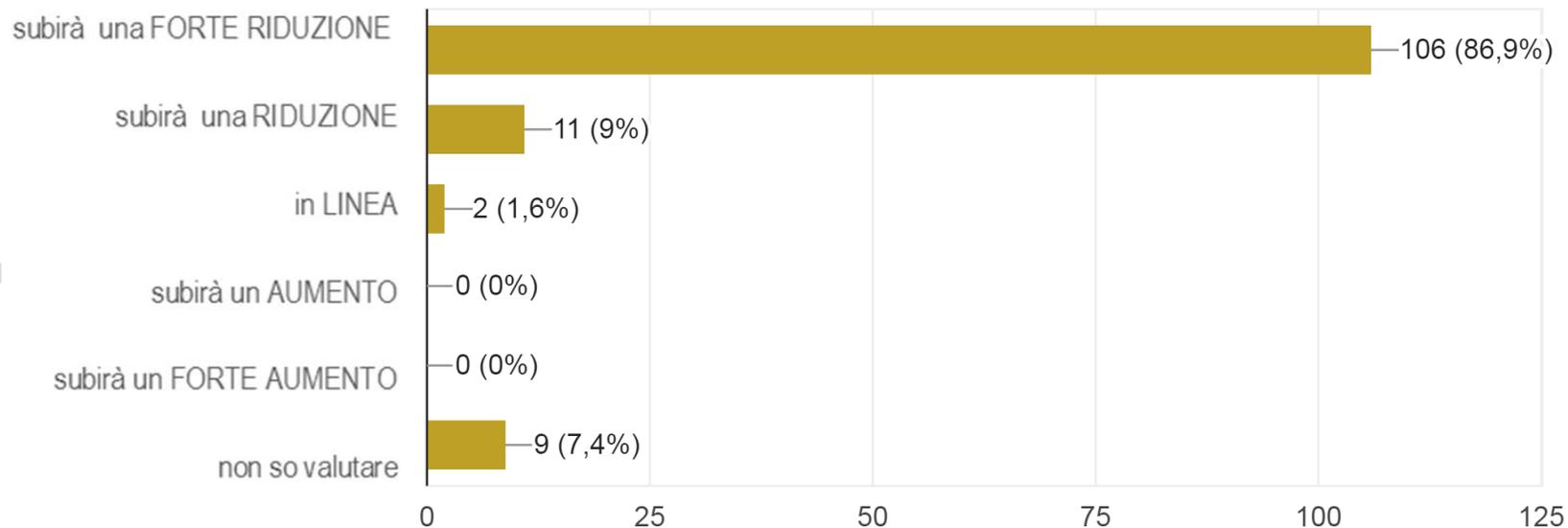


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Prossimi tre mesi

1 - In relazione ai CONTATTI intercorsi nelle scorse settimane con la sua CLIENTELA, nei prossimi tre mesi ritiene che la sua attività

122 risposte



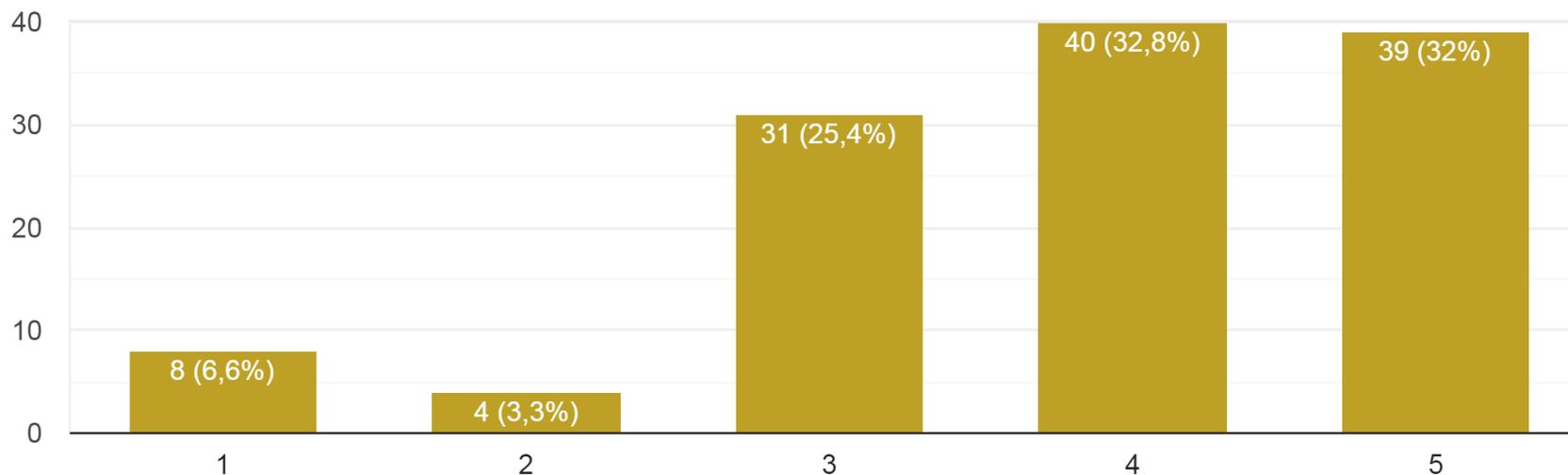


La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?

4 - Rispetto alle LINEE GUIDA per la riapertura delle attività turistiche, qual è il suo grado di preparazione oggi?

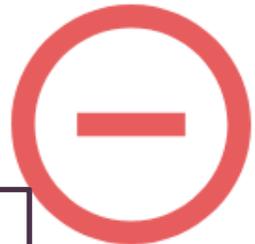
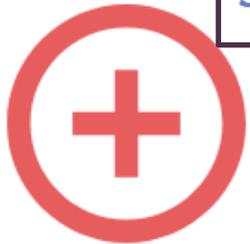
122 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Punti forza e debolezza

accoglienza all'aperto ambiente **ampi** ampia aperta
appartamenti buona camera **camere** campagna clienti
comuni costo **cucina** disponibilita esterni famiglia familiare familiare flessibilita gestione
grandi interni livello locali location ospitalita **ospiti** ottimo pasti personale piccola
piscina posizione possibilita prezzo pulizia
qualita rapporto relax rispetto ristorante sanificazione servizi
sicurezza **spazi** spazio **struttura** verdi



abbiamo adeguamento allora alti area **assenza** check chiusura
clientela clienti comunicazione conosciuta costi
debolezza **difficolta** dimensioni esempio estero far incertezza
italiana l'ospite **mancanza** momento normative numero paesi pasti
percezione personale **piscina** poche posizione pubblicita realta
regole rischio rispettare rispetto scarsa **servizi** settore somministrare
stranieri straniero struttura troppe **turismo** turisti

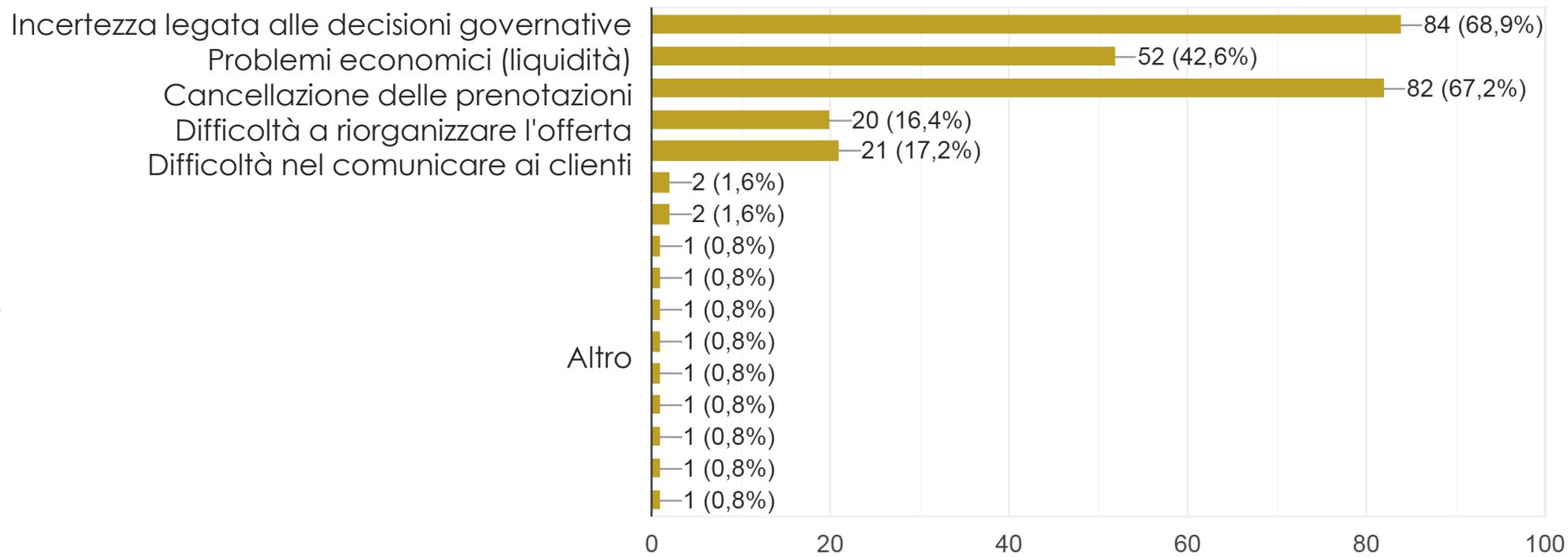


La parola agli Operatori Opinion Leader

Criticità principali

5 - Quali sono le PRINCIPALI PROBLEMATICHE e CRITICITA' che sta rilevando nell'apertura della sua attività?

122 risposte

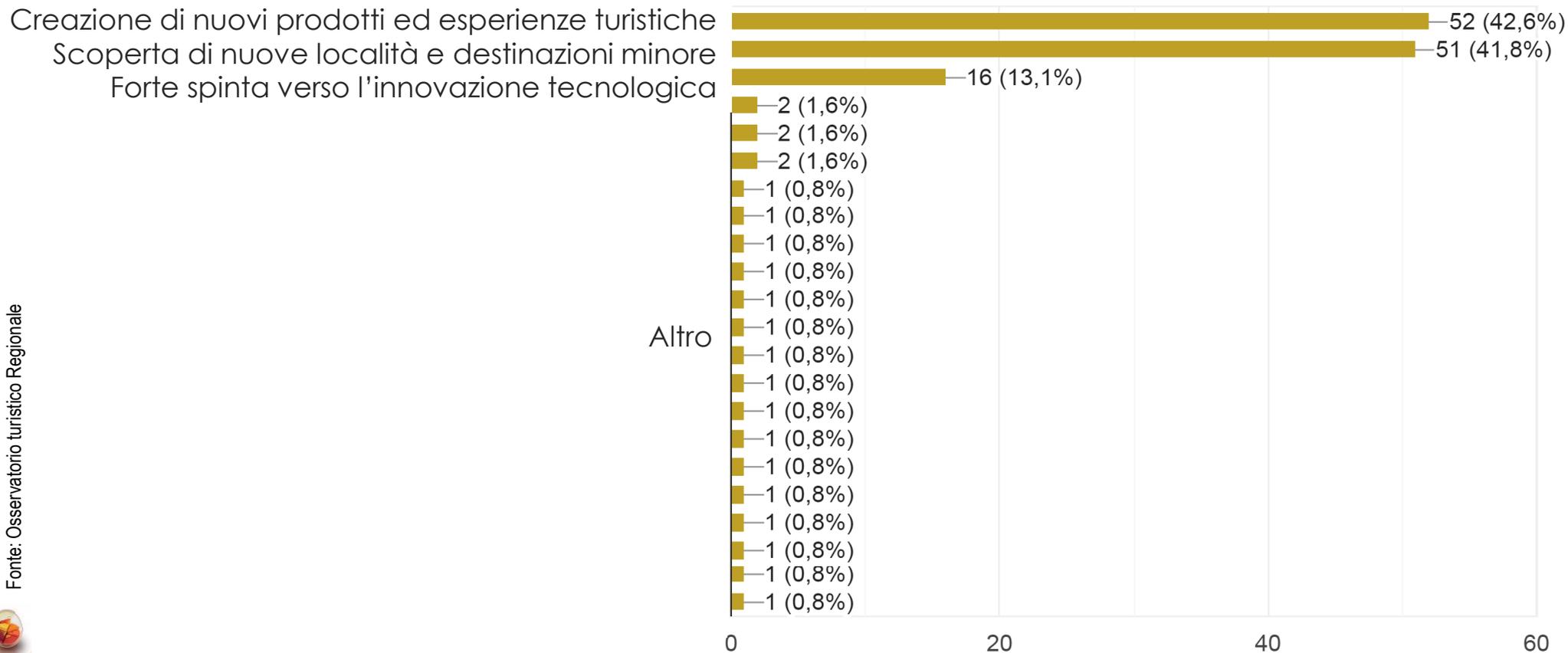


La parola agli Operatori Opinion Leader

Opportunità

6 - Quali OPPORTUNITA' ritiene possano nascere nel breve periodo per la sua attività?

122 risposte



La *parola* agli Operatori Opinion Leader

Commenti e riflessioni

aiuti altre attività aziende bello camere clientela comunicazione credo
difficile farci fatturato forte giugno incentivi incertezze interesse italiano livello luglio
maggiore mercato meta momento nessun notti pari periodo **piemonte**
politica prenotazioni prezzi principalmente promozione
quest'anno regione regioni regole ritengo sanitaria semplice
situazione stranieri struttura togliere **turismo**
turisti turistica utile vuoi

<< Occorre una **comunicazione chiara** e tranquillizzante **sull'assenza di rischi** in questa regione. >>

<< Quello che serve è un aiuto di **liquidità**, e assicurazione ai turisti che il nostro **Piemonte è pronto ad accogliere in sicurezza.** >>

<< **Ringrazio** per l'impegno da parte **dell'ente turismo sui webinar organizzati**. Per il resto proviamo a riaprire ma il turismo Italiano non basta a ripianare i debiti, la permanenza è troppo breve media 1/ 2 notti. Non veniamo percepiti per una vacanza vera settimanale. >>



Associazioni di categoria e Consorzi Turistici





La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici **Rispondenti**



21 soggetti

da tutto il territorio piemontese
(Città Metropolitana di Torino esclusa)





In sintesi – Associazioni e Consorzi Turistici

Le Associazioni e Consorzi Turistici confermano le indicazioni degli operatori: L'85% indica una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi. Ritengono che gli operatori siano **abbastanza preparati alla riapertura** ma non tutti (circa il 15% non sufficientemente).

Punti di Forza

Prodotto di qualità caratterizzato da ampi spazi esterni. Capacità di accoglienza in sicurezza in piccole strutture a conduzione familiare.

Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche.

Opportunità

Punti di Debolezza

Mancanza di sistema: in questa situazione "fare rete" sarebbe strategico.

Incertezza sulle decisioni governative.
Cancellazione delle prenotazioni.

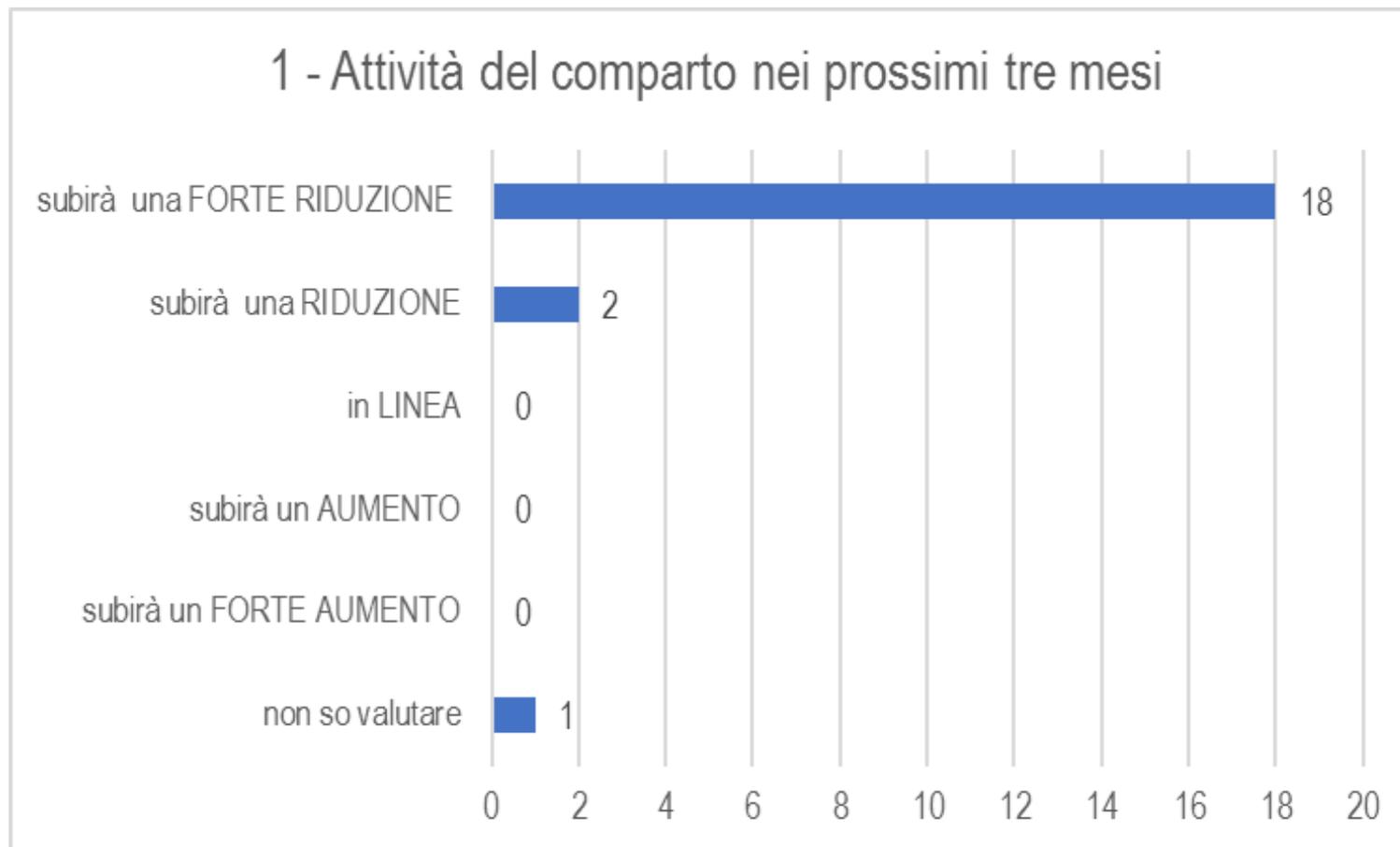
Criticità

Linee guida regionali poco efficienti. Necessità di azioni forti di promozione all'estero ma anche sui bacini di prossimità. Occasione per creare nuove opportunità.



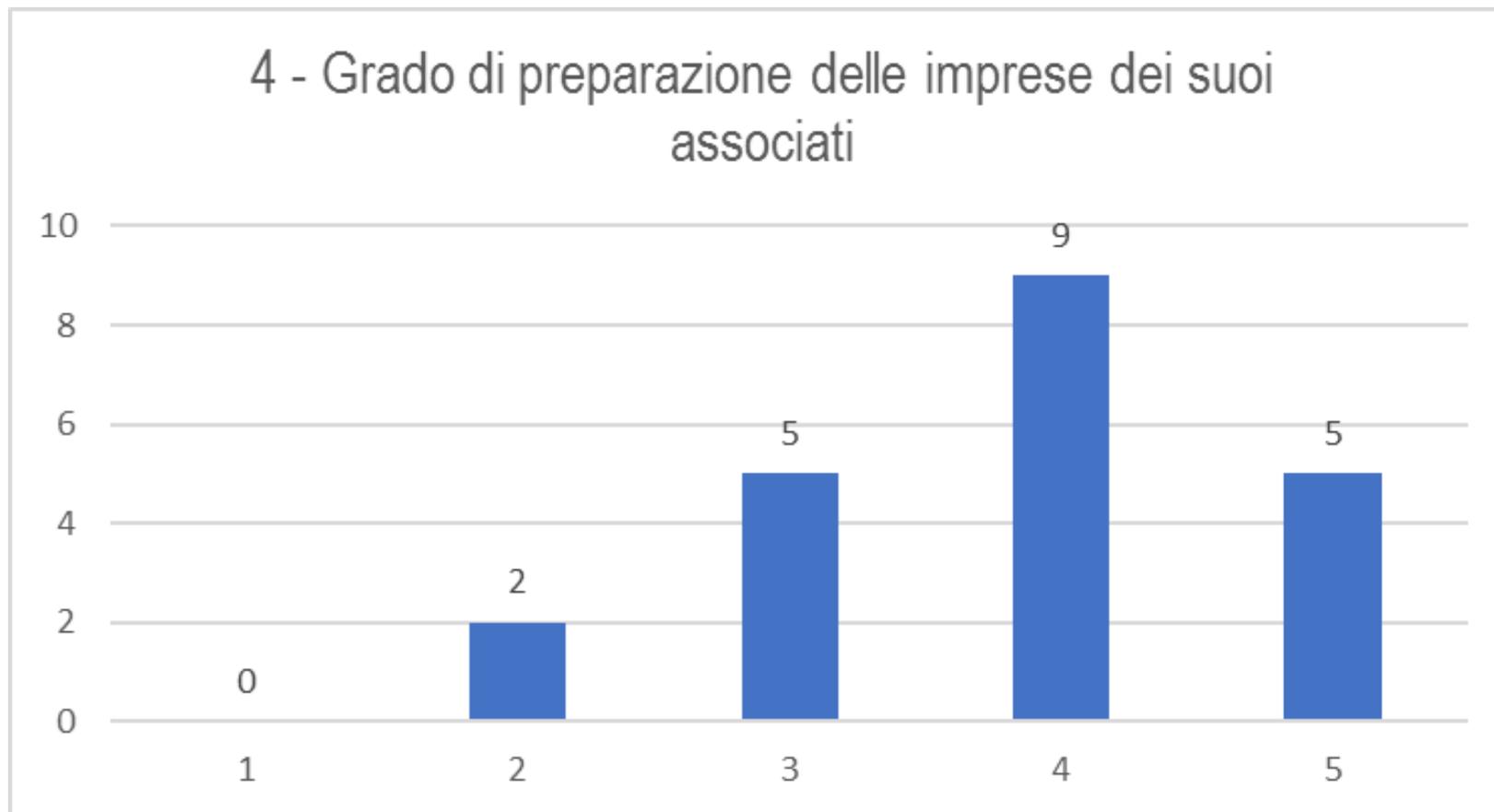
La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici

Prossimi tre mesi



La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici

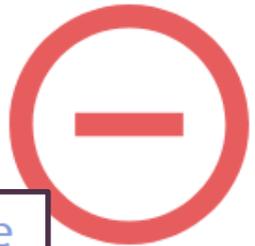
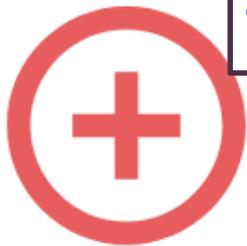
Fase 2 post Covid-19: quanto pronti a riaprire?



La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici

Punti forza e debolezza

accogliere all'aria alto ampi aperta **aperti** **attività**
aziende campagna capacità **che** cibo **con** della **dei**
destinazione dimensioni **disponibilità** esperienza
familiari **forza** imprese **la** logiche **mercato** natura **nei** **nel**
nella nulla **piccole** più pregresso presenti **prodotti**
proposte punti **qualità** rispettivi ristorazione servizi settori siano
sicurezza **sono** **spazi** **strutture**
turismo turistica un



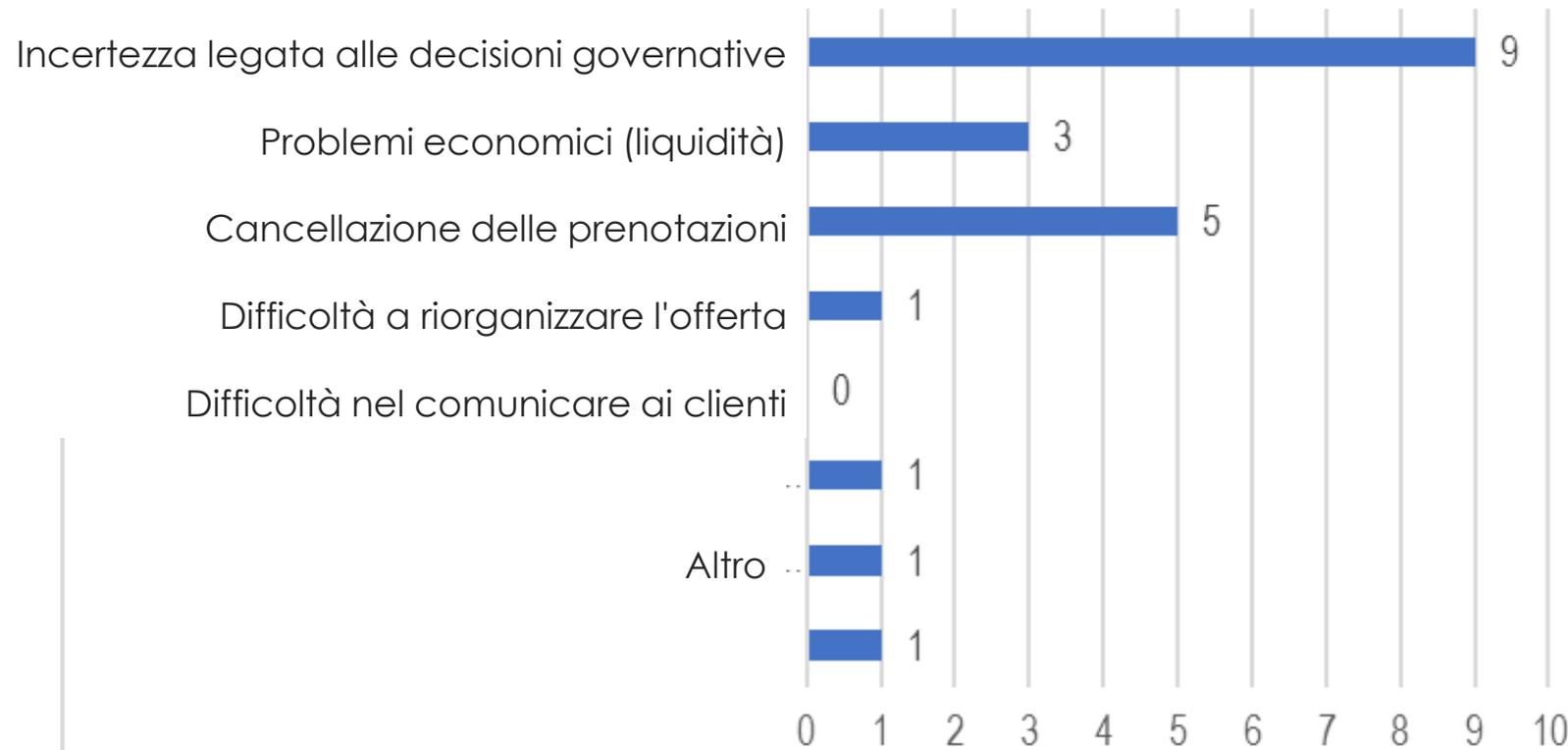
ad alcune **alla** associati **attività** **aziendale** **aziende**
capacità **con** **covid** da **debolezza** **delle**
destinazione destinazioni **difficoltà** **dimensioni** **ed** **fare** **filiera**
frontiere **il** imprenditoriale **imprese** la lentezza **mercato** **nel** **nella**
non piemonte poca point propensione regione **rete**
sanitaria **scarsa** servizi si sistema situazione spesa
stranieri **strutture** turista turisti turistico un
un'immagine



La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici

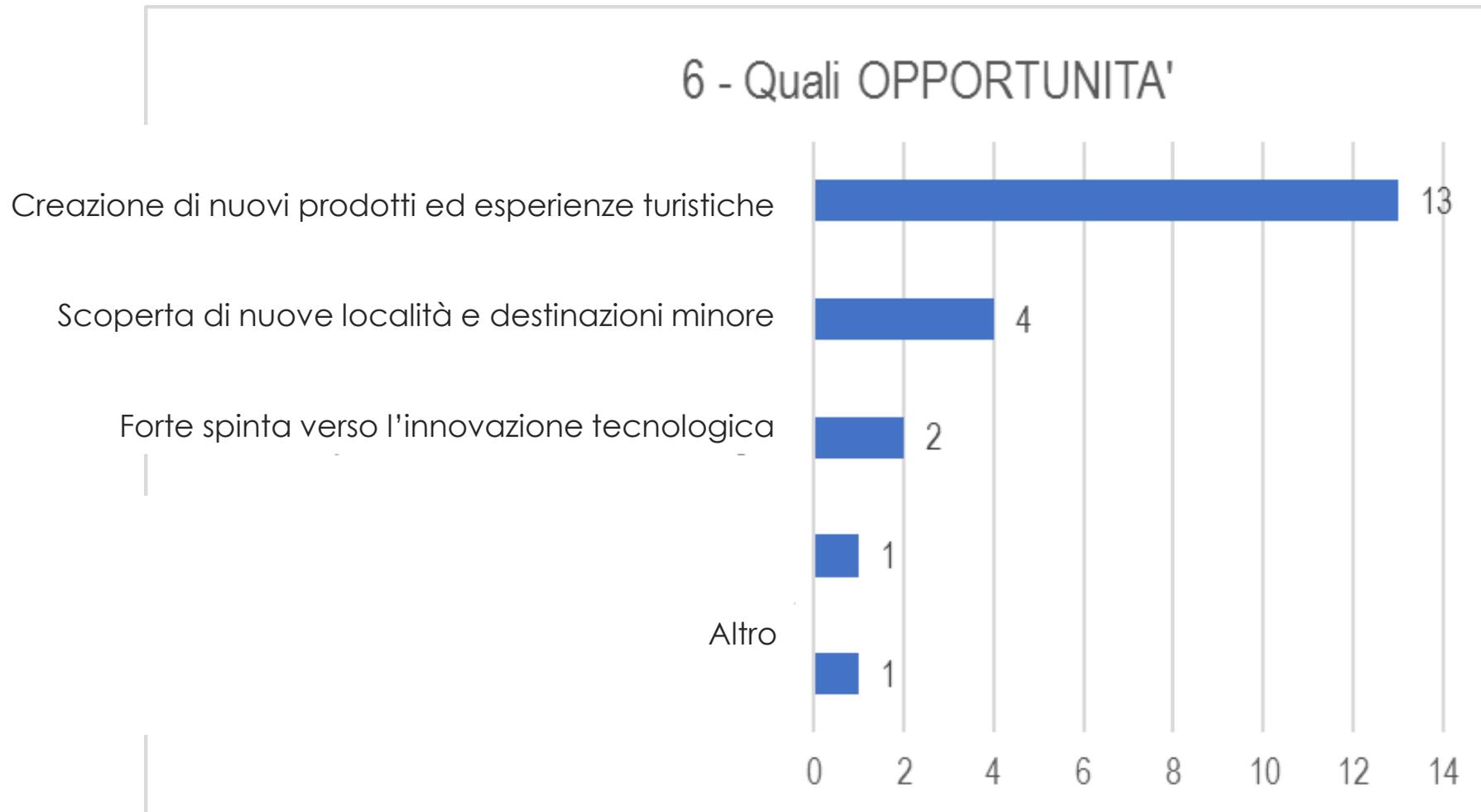
Criticità principali

5 - Principali PROBLEMATICHE e CRITICITA'



La **parola** alle Associazioni e Consorzi Turistici

Opportunità





La *parola* alle Associazioni e Consorzi Turistici

Commenti e riflessioni

Occorre **un'azione da parte di TUTTE le istituzioni**: urgenza e concretezza.

Anche se la situazione è difficile **occorre trovare nuove strade rispetto ai nuovi scenari** che si sono presentati e affrontarli.

Inadeguatezza delle linee guida adottate da Regione Piemonte. Troppo generiche e si prestano ad interpretazioni, fatte da chi non sa cosa sia una azienda. Incertezza su aperture o nuove chiusure. Tempi lunghi per ogni decisione.

Attualmente **l'operatività turistica è condizionata dalle riaperture dei confini europei e dalle restrizioni sanitarie** che condizionano l'ordinaria offerta delle strutture all'aria aperta che nel periodo pregresso concedevano alle famiglie vacanza ideale. **Vacanza balneare non si sposa con l'obbligo della mascherina**.

Servono **azioni strategiche e forti promozione sul mercato nazionale e accordi con Svizzera, Francia, Germania**.

Sarà **fondamentale la comunicazione della destinazione** e serviranno **azioni strategiche promozione sul mercato italiano e prossimità**.



Ideazione e definizione questionario

Osservatorio Turistico Regionale – VisitPiemonte DMO in condivisione con le ATL del Piemonte

Somministrazione del questionario

ATL del Piemonte

Elaborazione dati e reporting

Osservatorio Turistico Regionale – VisitPiemonte DMO

