



Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Focus Anno 2020

Alba (CN), 9 febbraio 2021





Agenda

- Executive **Summary**
- **Sondaggi** – Focus Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba
- **Sentiment** Analysis
- Dati statistici provvisori
- Progettazione di un nuovo strumento di **monitoraggio della spesa**
 - Perimetro di analisi
 - Indicatori di contesto: operatori economici della filiera turistica e agroalimentare
- **Spend Index**



Executive Summary

- L'anno 2020 con la pandemia Covid-19 ha fatto registrare un forte impatto negativo sul settore turistico in tutto il mondo, così anche in Piemonte e nel territorio delle Langhe Monferrato Roero.
- Dai principali risultati dell'Osservatorio Langhe Monferrato Roero che ha svolto analisi e monitoraggio della domanda durante il 2020, emerge che:
 - per gli **italiani**, il territorio delle Langhe Monferrato Roero - con Alba - si posiziona sempre al **secondo posto fra le destinazioni piemontesi** scelte dopo il territorio del torinese come destinazione di vacanza in Piemonte; la preferenza per il Piemonte aumenta nel periodo autunnale;
 - la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba è **conosciuta dal 25% degli italiani** e il 10% di questi, vi ha già partecipato;
 - i **movimenti turistici*** si sono sostanzialmente **dimezzati** in particolare a seguito del calo dei movimenti dall'estero, ma il mese di agosto ha registrato movimenti analoghi all'anno precedente;
 - il **monitoraggio delle recensioni on-line** conferma il calo dell'attività con **dinamiche diverse fra ricettività e ristorazione**, dove la seconda presenta una contrazione più contenuta poiché maggiormente sostenuta dagli utenti italiani;
 - nel periodo della **90° edizione della Fiera**, la **ristorazione** registra un **aumento di recensioni: + 6,7%**;
 - i **proprietari delle strutture ricettive** sono **«l'elemento»** che raccoglie il maggior numero di **commenti positivi** così come il **personale** nella ristorazione;





Executive Summary – Sentiment Analysis

Il monitoraggio della «rete» per il territorio **Langhe Monferrato Roero**, è incentrato su due periodi: **1/01/2020 – 31/12/2020**; **1/10/2020 – 31/10/2020** (periodo della 90° Fiera). In particolare, è stato sviluppato un focus più dettagliato riguardante i comparti della **ricettività** e della **ristorazione**, nel quale i punti salienti emersi, sono:

- nel **primo intervallo di tempo**, la **ricettività** ha subito un calo maggiore rispetto alla **ristorazione**, relativamente ai **contenuti monitorati per la valutazione del sentiment in rete**, in confronto al 2019 (-47,2% vs -31%);
- durante il **periodo della 90° Fiera**, invece, la **ristorazione** ha registrato una crescita degli stessi contenuti rispetto alla **ricettività**, ancora in calo (+6,7% vs -21%);
- in ciascuno dei casi considerati, la maggioranza delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**, mentre tra i paesi stranieri primeggia la **Svizzera**;
- in entrambi i comparti, i giudizi online sono elaborati principalmente da **coppie** e **amici/gruppi**, ad eccezione del primo periodo, in cui nella **ricettività**, alle prime si associano le **famiglie**;
- tra i canali, **Booking** e **Google** sono i più utilizzati nella **ricettività**, mentre nella **ristorazione**, **TripAdvisor** si affianca a quest'ultimo; tra i social, invece, la maggior parte dei post vengono creati su **Facebook** e **Twitter**;
- in ogni comparto e in ciascuno degli intervalli di tempo analizzati, l'**accoglienza** è l'**argomento più discusso**.



Executive Summary – Spend Index

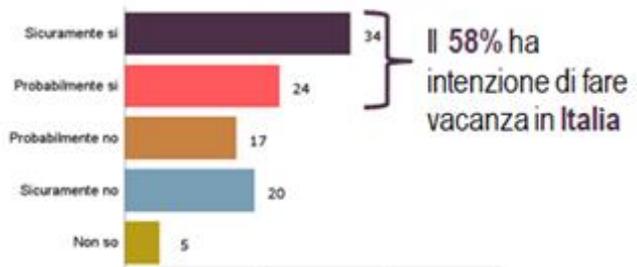
- Attraverso i dati relativi allo **Spend Index**, si rileva come **nei primi mesi dell'anno si sia registrata una crescita dei volumi transati** rispetto all'anno precedente su tutto il territorio albese, con picchi pari al +45%;
- **Nel periodo di lockdown la contrazione del transato ha raggiunto in alcuni comuni l'85%**;
- Dopo l'inevitabile crollo della spesa nei mesi del primo lockdown, **nel periodo estivo si è riscontrata una forte capacità di reazione del territorio**, che si è concretizzata in una graduale ripresa dei volumi transati, con alcuni comuni che hanno performato meglio dell'anno precedente;
- Un nuovo **peggioramento del quadro pandemico** e la conseguente introduzione di nuove restrizioni nel mese di novembre ha portato a un **nuovo significativo calo del trend di speso indicizzato**;
- Una **leggera ripresa è stata registrata nelle settimane centrali di dicembre**, grazie alle aperture del periodo prenatalizio.
- **Il settore che ha patito più pesantemente gli effetti negativi della crisi pandemica è stato quello turistico.**
- Considerando complessivamente l'area albese la contrazione massima dello speso è stata registrata del mese di aprile (-41,8%), seguita dal mese di novembre (-36,7%). **La variazione complessiva media annuale rispetto al 2019 si è attestata al -5,9%.**

Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020 e inverno 2020 - 2021

I wave

Rilevazione
27.05 - 3.06

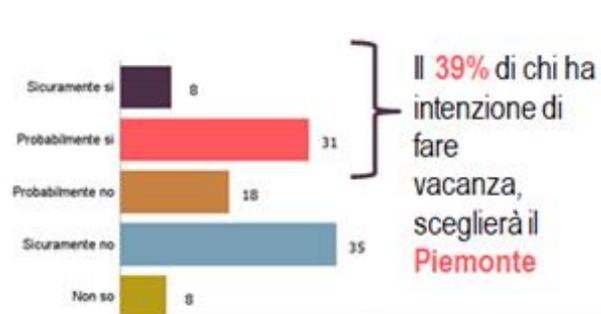
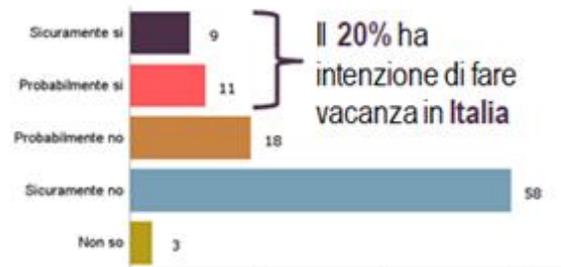
D14 - Pensa di trascorre/trascorrerebbe in Italia/Piemonte la sua vacanza dei prossimi mesi estivi?



II wave

Rilevazione
25.08 - 7.09

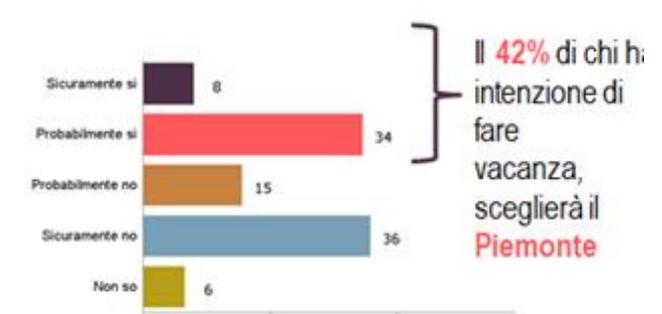
D14 - Pensa di trascorre/trascorrerebbe in Italia/Piemonte la sua vacanza di settembre/ottobre?



III wave

Rilevazione
4.11 - 13.11

D14 - Pensa di trascorre/trascorrerebbe in Italia/Piemonte la sua vacanza di dicembre/marzo?



Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020 e inverno 2020 - 2021

D17 - In quale località trascorrerà la sua vacanza dei prossimi mesi in Piemonte?

I wave

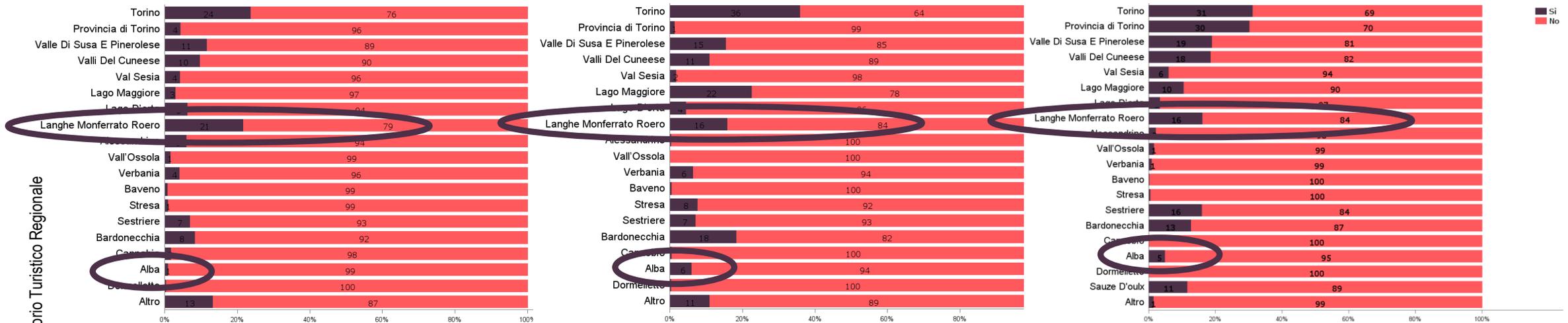
Rilevazione
27.05 - 3.06

II wave

Rilevazione
25.08 - 7.09

III wave

Rilevazione
4.11 - 13.11



Fonte: Osservatorio Turistico Regionale

In tutti e tre i sondaggi la destinazione **Langhe Monferrato Roero** – con **Alba** – si posiziona sempre al **secondo posto tra le destinazioni piemontesi scelte dopo il territorio del torinese**.

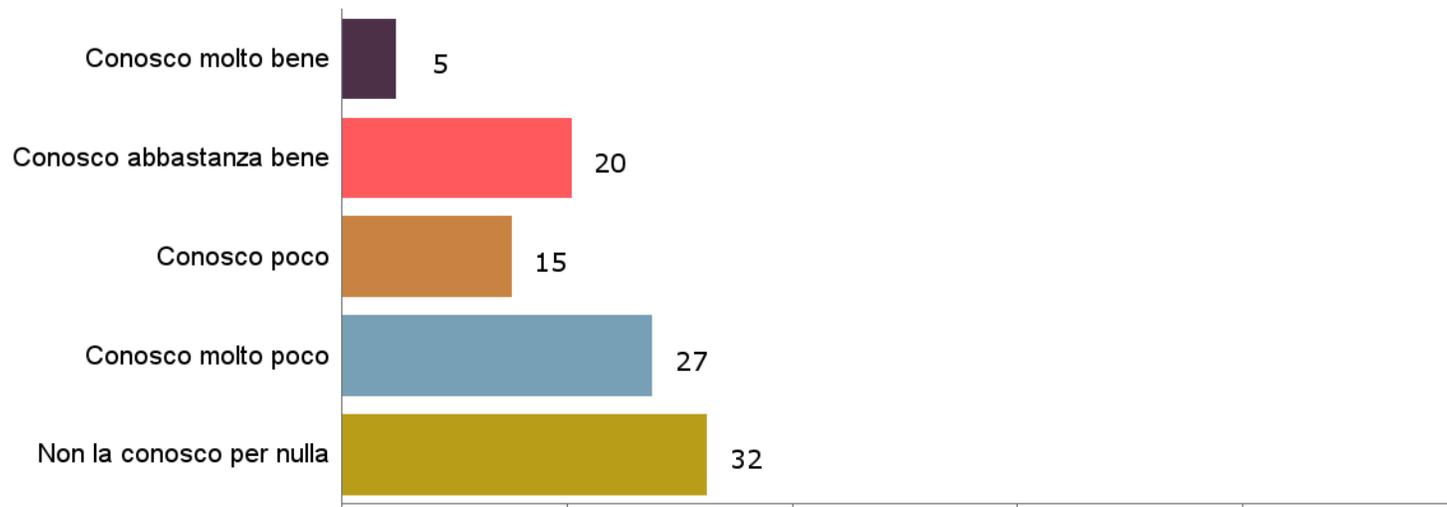
In particolare, nelle prime due wave del sondaggio, la destinazione **Langhe Monferrato Roero + Alba** aveva raccolto la preferenza del **22%** degli intervistati, mentre nella terza wave il **21%**.

Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020

Autunno

Il wave

D26 - Conosce la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba?



Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020

Autunno

Il wave

D27 - Ha partecipato a precedenti edizioni della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba?

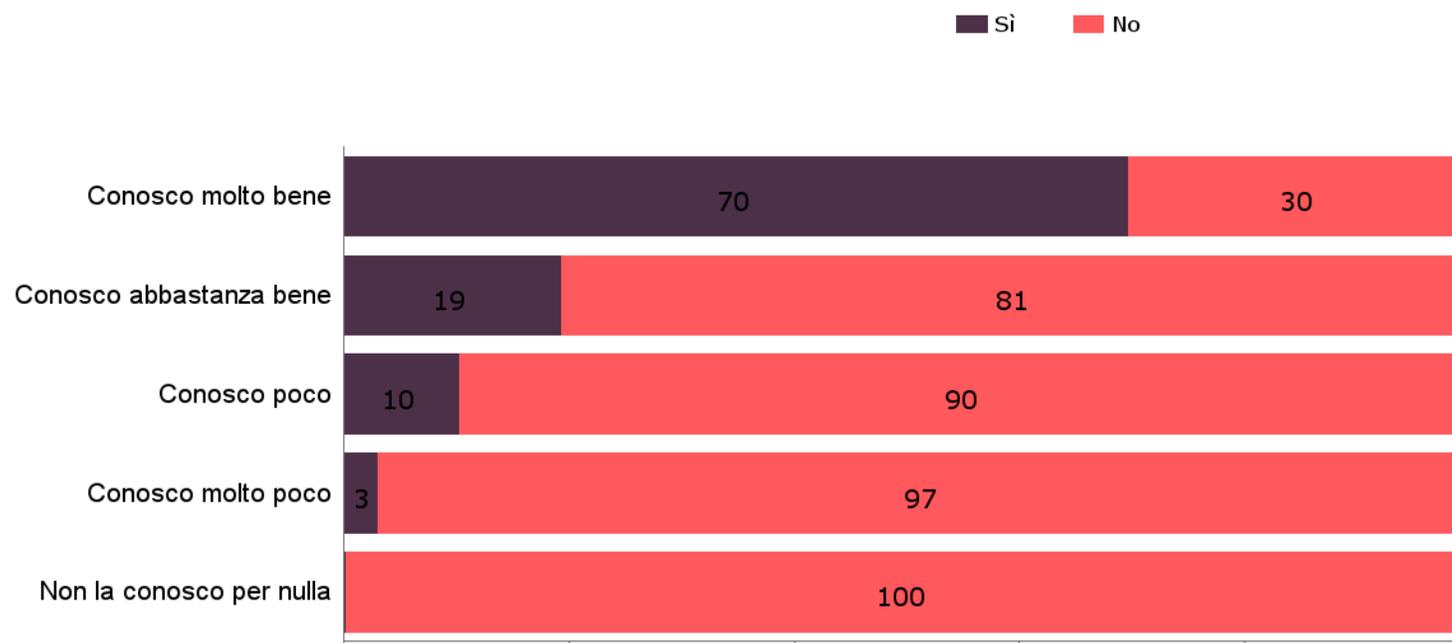


Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020

Autunno

Il wave

D27 - Ha partecipato a precedenti edizioni della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba data la conoscenza dell'evento?

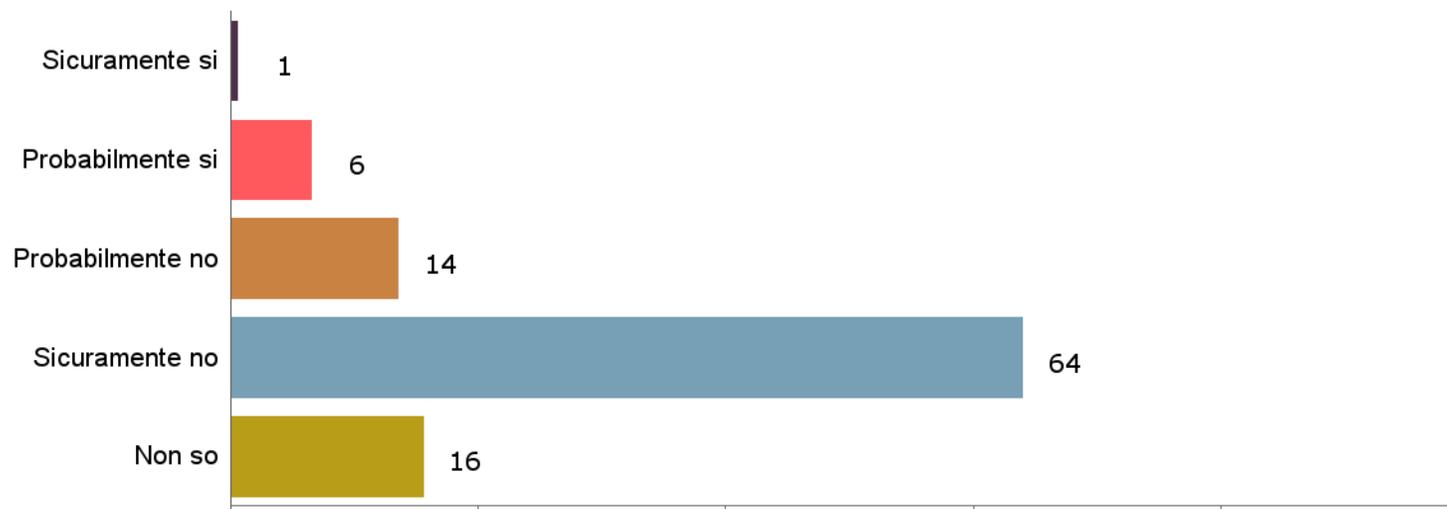


Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020

Autunno

Il wave

D28 - Pensa di partecipare alla prossima edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba?

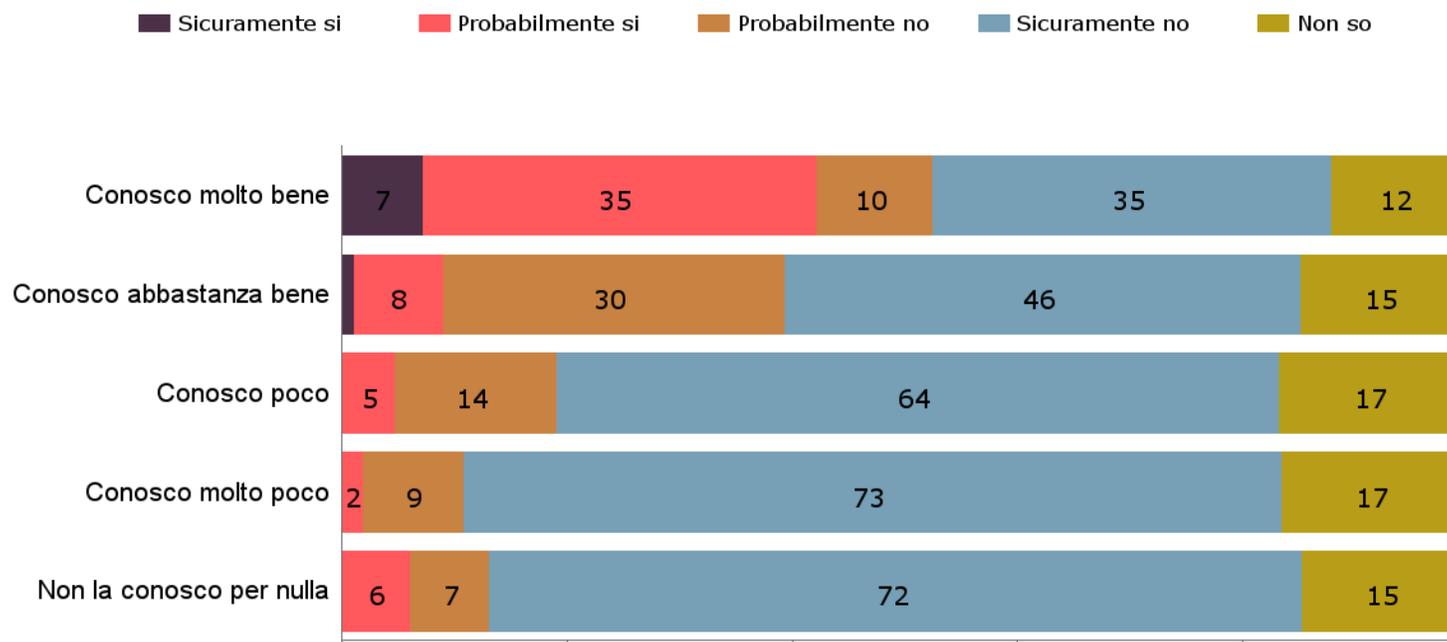


Sondaggio sugli Italiani e la vacanza nel 2020

Autunno

Il wave

D28 - Pensa di partecipare alla prossima edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba data la conoscenza dell'evento?





Langhe Monferrato Roero

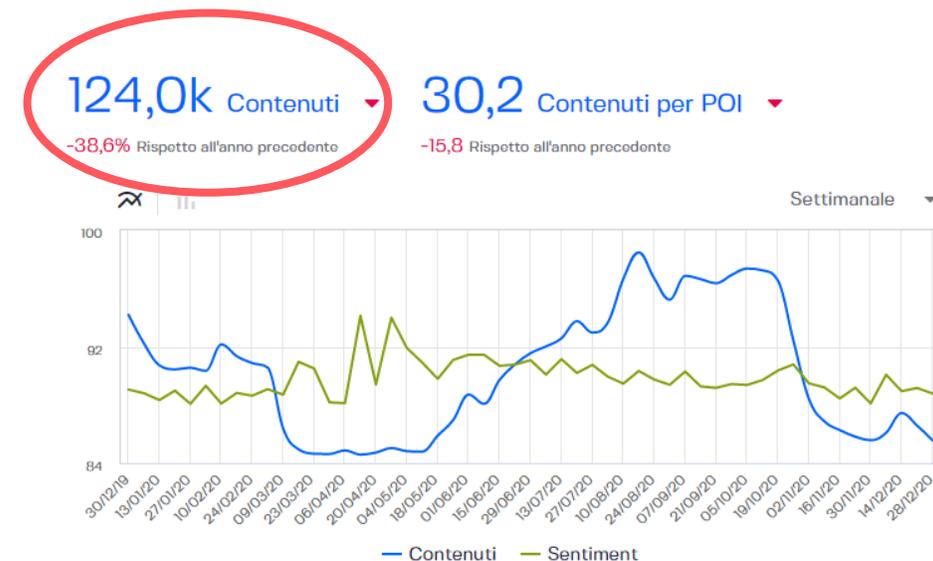
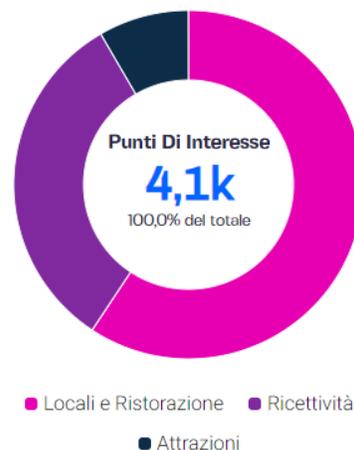
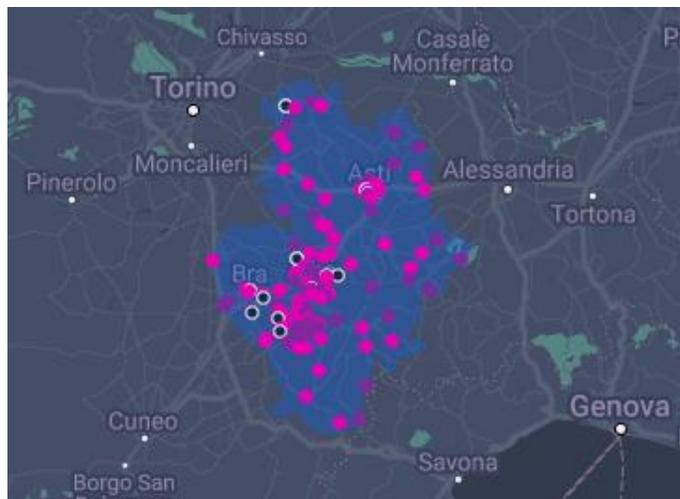
Periodo di analisi:

Gennaio – Dicembre 2020

(1/1/2020 - 31/12/2020)



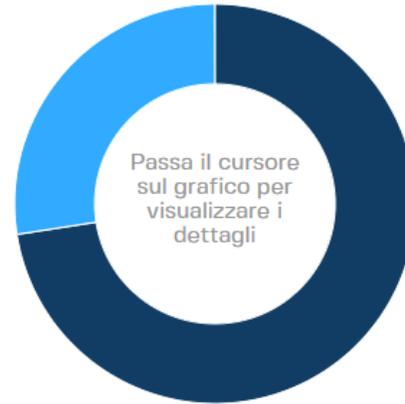
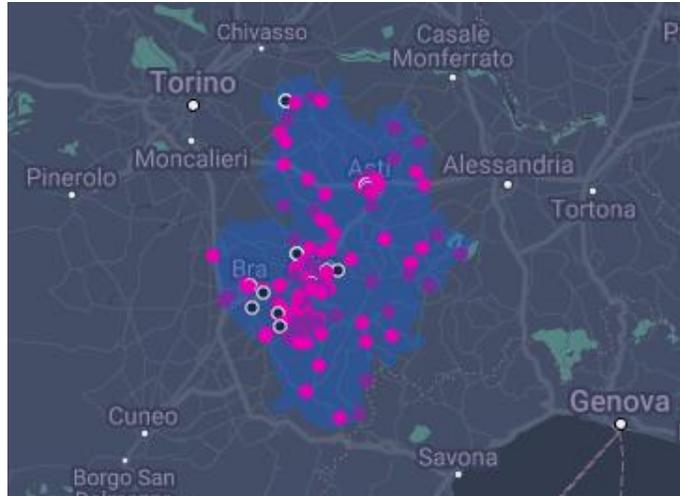
Sentiment Analysis



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.100 Punti di interesse** di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra **offerta** nel **2020** sono **124.000** (-38,5% sul 2019).



Sentiment Analysis - Visitatori



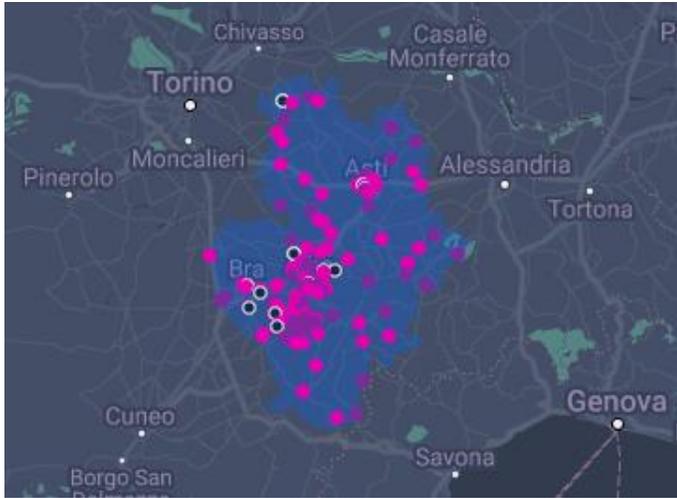
■ Visitatori domestici ■ Internazionali

	% sul totale ↓	Sentiment	
Italia	72,6% ▲	90,2/100 ▲	
Svizzera	9,0% ▼	92,0/100 ▼	
Francia	4,4% ▼	91,4/100 ▼	
Germania	3,7% ▼	92,2/100 ▲	
Paesi Bassi	3,0% ▲	92,7/100 ▲	

- Il **72,6%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **9%**.
- Il **sentiment** complessivo risulta essere leggermente **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **92/100** vs **90,2/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **27,4%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, francesi e tedeschi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio



■ Coppie ■ Famiglie
■ Amici/Gruppo ■ Singolo
■ Viaggio di lavoro

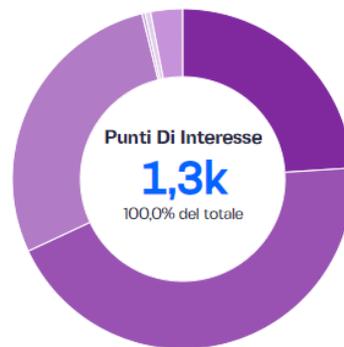
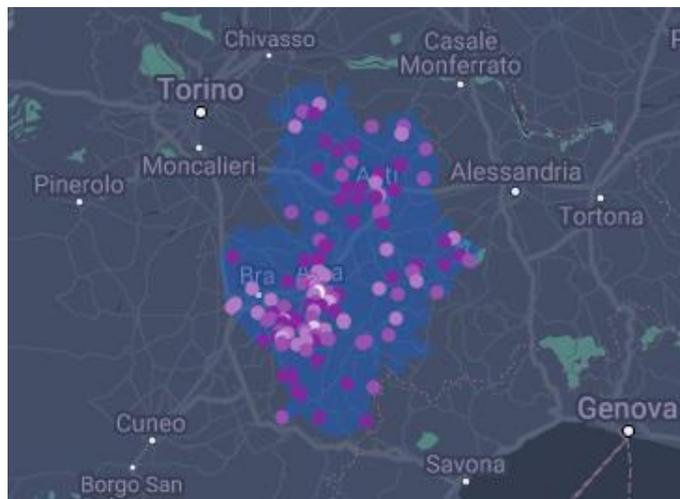
	% sul totale ↓	Sentiment
👤 Coppie	61,9% ▲	92,5/100 ▲
❤️ Famiglie	16,8% ▼	91,9/100 ▲
+👥 Amici/Gruppo	15,0% ▼	90,8/100 ▲
🧑 Singolo	5,2% ▲	92,2/100 ▲
👜 Viaggio di lavoro	1,1% ▼	90,0/100 ▲

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **61,9%**.
- A seguire le **famiglie**, la cui quota vale il **16,8%**.
- Il **sentiment** è **più positivo** fra le **coppie** con un **indice di 92,5/100**, e, a seguire, fra i **single** con **92,2/100** e le **famiglie**, con **91,9/100**.
- Il **sentiment** degli utenti che soggiornano per **motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.



Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ



■ Hotel ■ B & B ■ Agriturismo
■ Resort ■ Residence ■ Altro

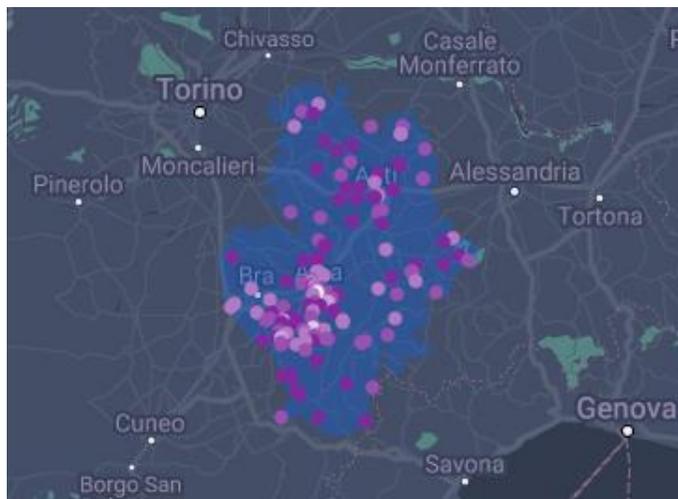


- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.300 Punti di interesse** della ricettività di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra offerta ricettiva nel **2020** sono **35.900** (-47,2% sul 2019).

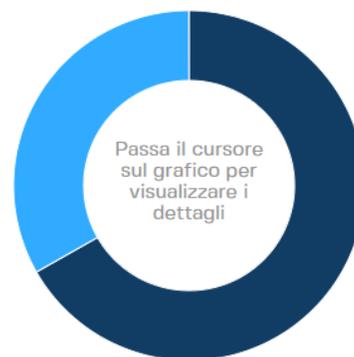


Sentiment Analysis - Visitatori

RICETTIVITÀ



VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



■ Visitatori domestici ■ Internazionali

MERCATI

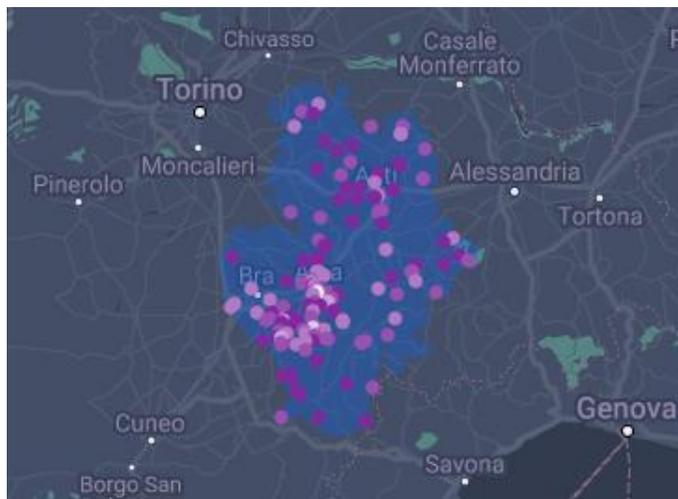
	% sul totale ↓	Sentiment
Italia	66,8% ▲	92,2/100 ▲
Svizzera	11,0% ▼	92,4/100 ▼
Francia	5,4% ▼	91,7/100 ▼
Germania	4,6% ▼	92,5/100 ▼
Paesi Bassi	3,8% ▲	93,2/100 ▼

- Il **66,8%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**11%**.
- Il **sentiment** risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **92,6/100** vs **92,2/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **33,2%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, francesi e tedeschi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

RICETTIVITÀ



● Coppie ● Famiglie
● Amici/Gruppo ● Singolo
● Viaggio di lavoro

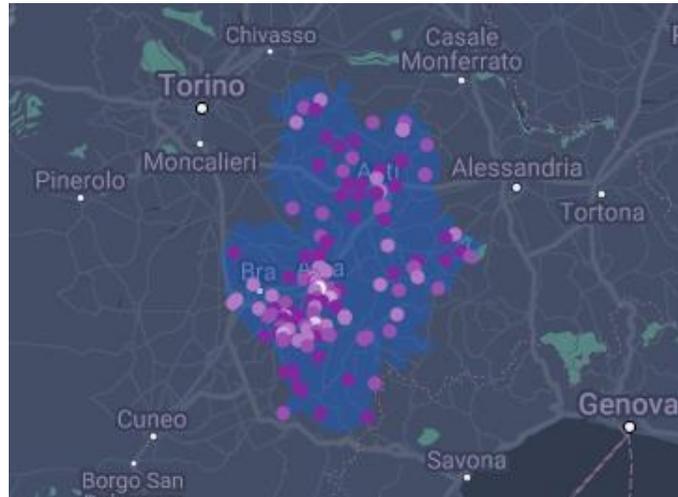
	% sul totale ↓	Sentiment
Coppie	62,5% ▲	92,8/100 ▲
Famiglie	16,6% ▼	92,7/100 ▲
Amici/Gruppo	14,4% ▼	92,0/100 ▲
Singolo	5,4% ▲	92,7/100 ▼
Viaggio di lavoro	1,2% ▼	90,7/100 ▲

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **62,5%**.
- A seguire le **famiglie**: **16,6%**.
- Il **sentiment** è **più positivo fra le coppie** con un indice di **92,8/100**, e, a seguire, fra le **famiglie** e i **single**, con **92,7/100**.
- Il **sentiment** degli utenti che soggiornano per **motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.



Sentiment Analysis – Canali

RICETTIVITÀ



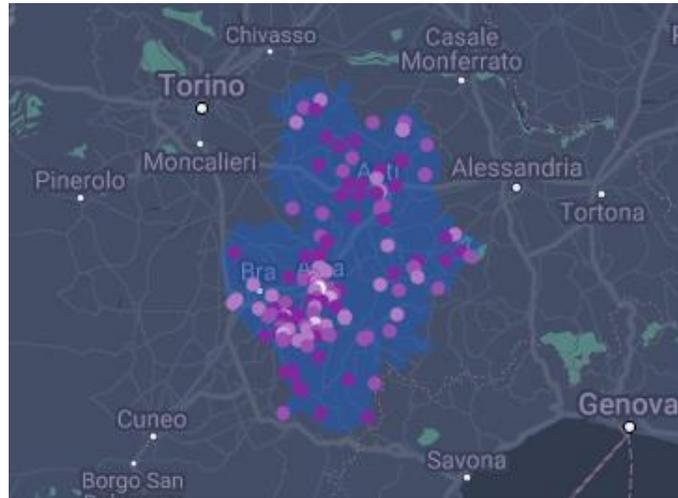
	Recensioni ↓	Rating	Sentiment		Post ↓
Booking.com	20,6k ▼	9,0/10 ▼	92,4/100 ▼		Facebook 9,4k ▲
Google	9,9k ▲	9,2/10 ▲	92,5/100 ▲		Twitter 4,0k ▼
TripAdvisor	3,4k ▼	9,1/10 ▲	92,0/100 ▲		Pinterest 863 ▲
Facebook	1,7k ▲		93,9/100 ▼		Instagram 566 ▼
Hotels.com	94	9,1/10 ▲	91,5/100 ▲		Youtube 89 ▲

- Le recensioni rilevate per le Langhe Monferrato Roero sono maggiori su Booking, **20.600**; segue Google, con **9.900**.
- Tra i social primeggia Facebook, con **9.400 post**; segue Twitter, con **4.000**.



Sentiment Analysis – Cluster & Topic

RICETTIVITÀ



	Contenuti ↓	Sentiment	
Ristorazione	8,5k ▲	93,4/100 ▲	🔍
Staff	7,8k ▲	97,1/100 ▲	🔍
Atmosfera	7,5k ▼	92,7/100 ▲	🔍
Camere	6,3k ▼	84,6/100 ▲	🔍
Pulizia	3,5k ▲	96,0/100 ▲	🔍

1 - 5 di 27 < >

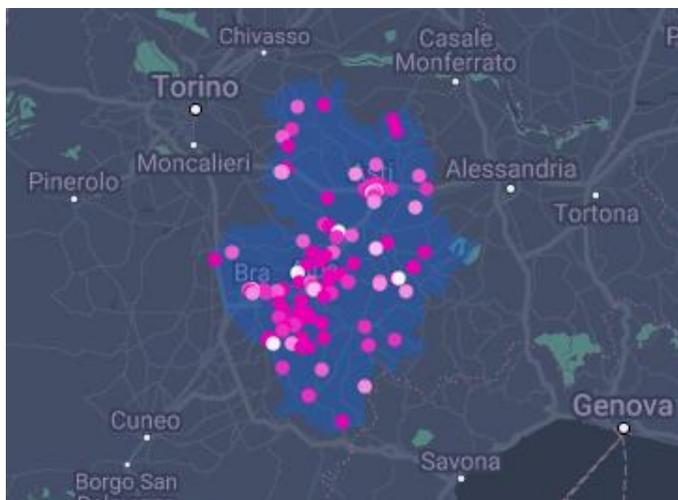
	Personale		Proprietario	
Colazione				
Stanza	Cibo	Accoglie...	Servizio	
	Ristorante	Soggiorno	Cucina	
Camera	Piscina	Vino	Staff	Bagno

- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con **8.500 contenuti**; segue lo **staff**, con **7.800**, e **l'atmosfera**, con **7.500**.
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di contenuti con **giudizio negativo**.
- Il **proprietario** e lo **staff** hanno i maggiori **contenuti positivi**.

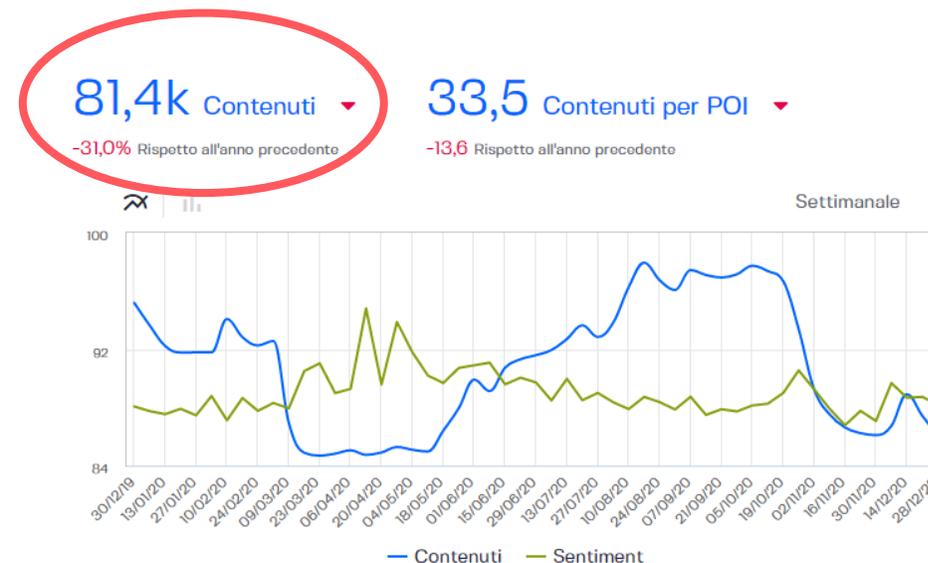


Sentiment Analysis

RISTORAZIONE



● Ristorante ● Bar ● Pizzeria
● Fornaio ● Gelateria ● Altro

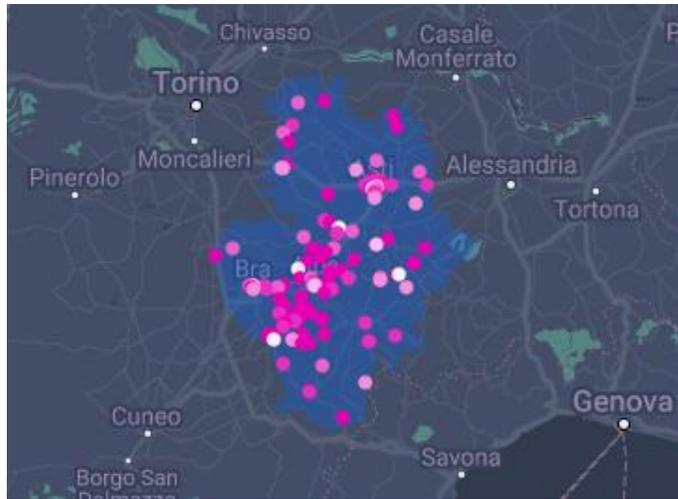


- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.400 Punti di interesse** della ristorazione di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra offerta ristoratrice nel **2020** sono **81.400** (-31% sul 2019).

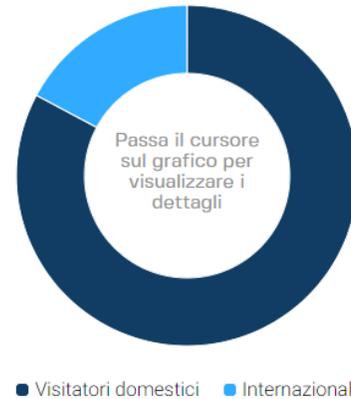


Sentiment Analysis - Visitatori

RISTORAZIONE



VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI ⓘ



MERCATI ⓘ



- L' **82,8%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **5,5%**.
- Il **sentiment** risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,9/100** vs **87,4/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **17,2%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, francesi e tedeschi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

RISTORAZIONE



● Coppie ● Amici/Gruppo
● Famiglie ● Singolo
● Viaggio di lavoro

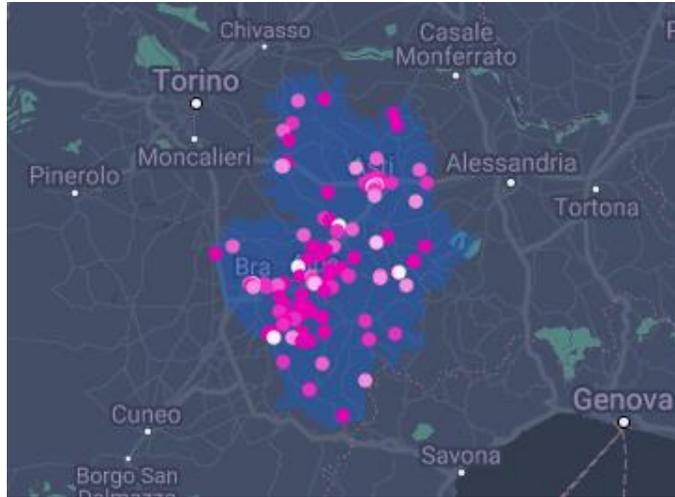
	% sul totale ↓	Sentiment
Coppie	59,9% ▲	91,2/100 ▲
Amici/Gruppo	18,2% ▼	85,9/100 ▼
Famiglie	16,8% ▼	89,6/100 ▲
Singolo	4,2% ▲	89,1/100 ▲
Viaggio di lavoro	0,9% ▼	83,7/100 ▼

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **59,8%**.
- A seguire gli **amici/gruppi**: **18,2%**.
- Il **sentiment** è **più positivo fra le coppie** con un **indice di 91,2/100**, e, a seguire, fra le **famiglie**, con **89,6/100** e i **single**, con **89,1/100**.
- Il **sentiment** degli utenti che soggiornano per **motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.



Sentiment Analysis – Canali

RISTORAZIONE



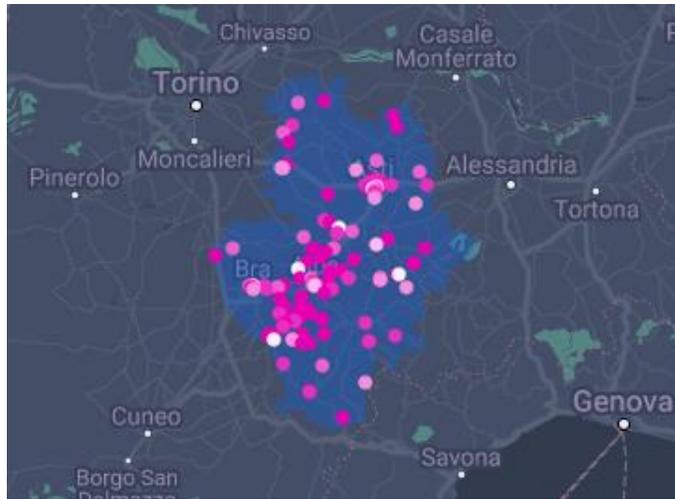
	Recensioni ↓	Rating	Sentiment		Post ↓
Google	57,8k ▲	8,8/10 ▲	88,8/100 ▲		Facebook 26,3k ▲
TripAdvisor	12,7k ▼	8,5/10	86,4/100 ▼		Twitter 18,4k ▲
Facebook	6,5k ▲	10,0/10 ▲	89,3/100 ▼		Instagram 1,5k ▼
Booking.com	2,8k ▼	8,8/10 ▼	91,2/100		Youtube 551 ▲
TheFork	1,5k ▲	9,1/10 ▲	91,7/100 ▲		Pinterest 466 ▼

- Le recensioni rilevate per le Langhe Monferrato Roero sono maggiori su Google, **57.800**; segue TripAdvisor, con **12.700**.
- Tra i social primeggia Facebook, con **26.300 post**; segue Twitter, con **18.400**.

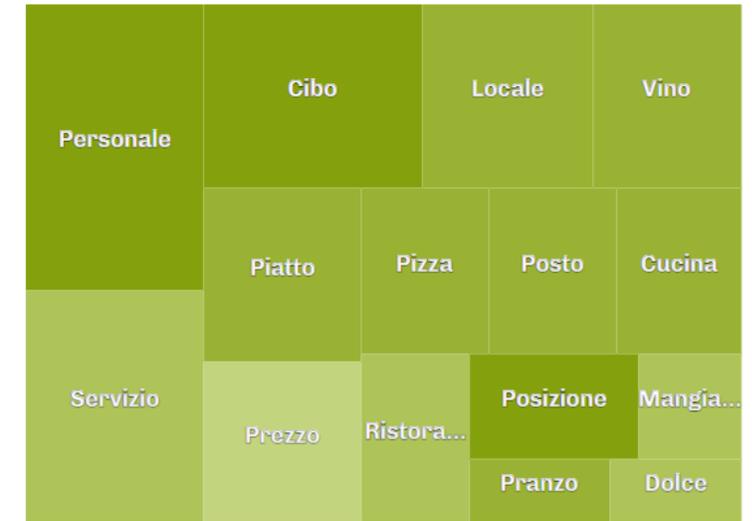


Sentiment Analysis – Cluster & Topic

RISTORAZIONE



	Contenuti ↓	Sentiment
Atmosfera	24,7k ▲	90,7/100 ▲
Accoglienza	16,5k ▲	93,0/100 ▲
Qualità del cibo	15,3k ▲	89,1/100 ▼
Posizione	7,8k ▲	94,6/100 ▲
Estetica	4,2k ▼	86,4/100 ▲



- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con **24.700 contenuti**; segue l'**accoglienza**, con **16.500**, e la **qualità del cibo**, con **15.300**.
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di contenuti con **giudizio negativo**.
- Il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.





Langhe Monferrato Roero

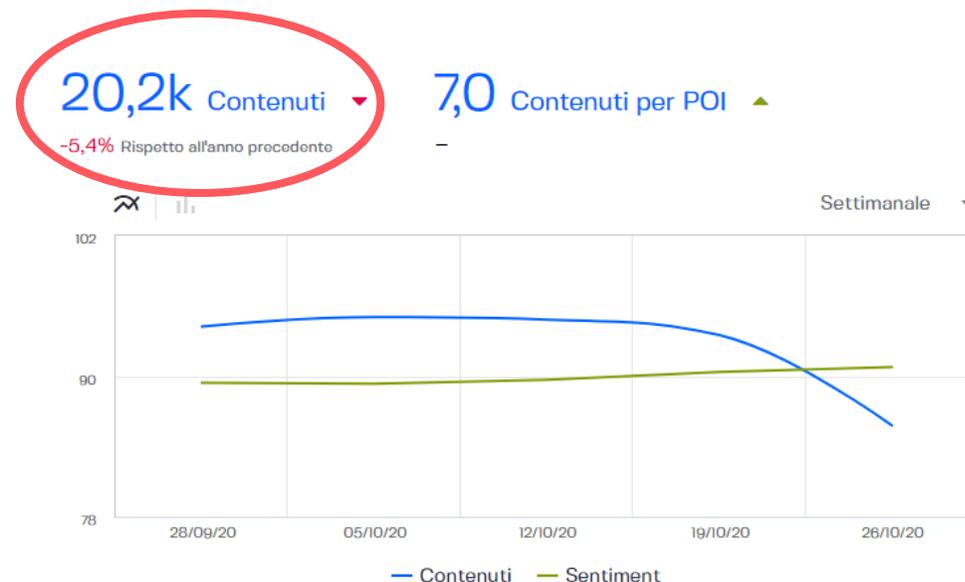
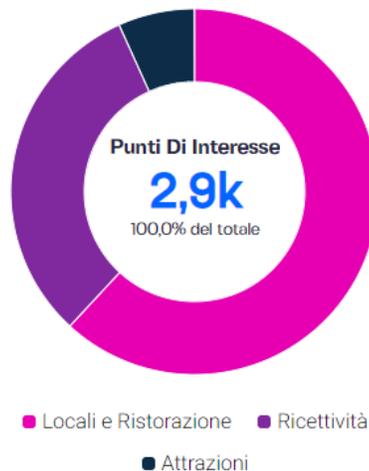
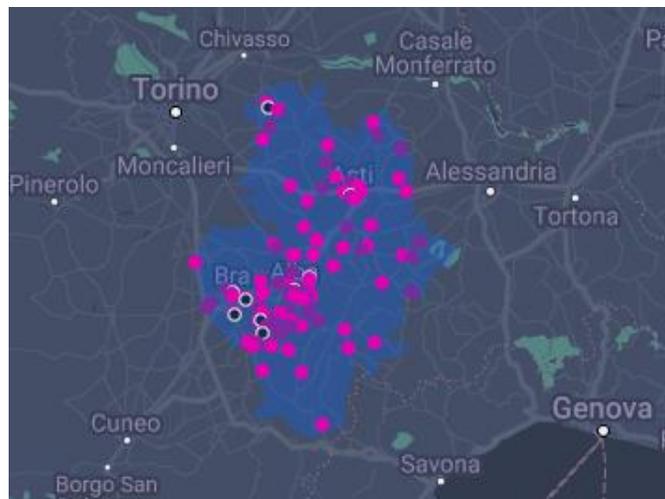
Periodo della 90° Fiera:

Ottobre 2020

(1/10/2020 - 31/10/2020)



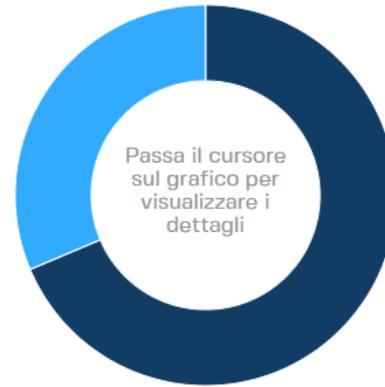
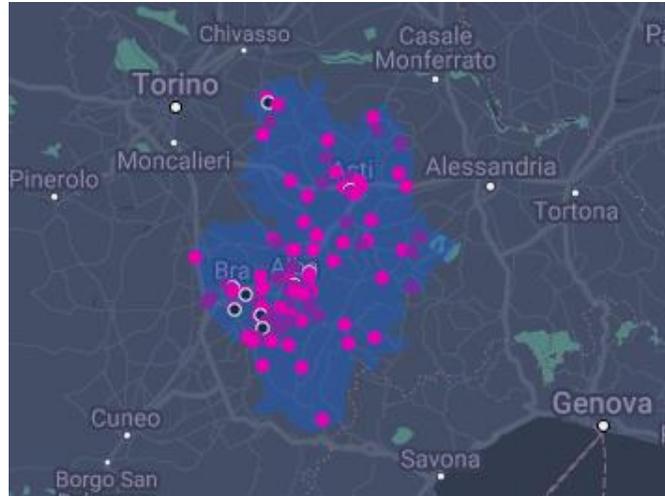
Sentiment Analysis



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **2.900 Punti di interesse** di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra offerta nel **2020** sono **20.200** (-5,4% sul 2019).



Sentiment Analysis - Visitatori



■ Visitatori domestici ■ Internazionali

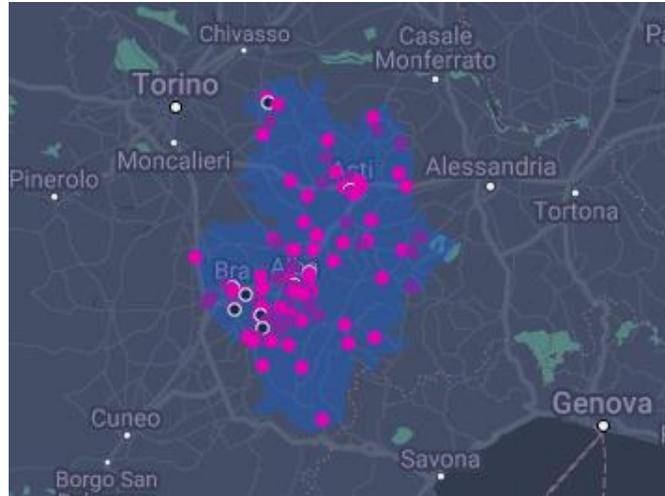
	% sul totale ↓	Sentiment
Italia	68,6% ▲	89,7/100 ▲
Svizzera	17,0% ▲	91,2/100 ▲
Germania	4,8% ▼	91,7/100 ▼
Francia	2,0% ▼	91,9/100 ▲
Paesi Bassi	2,0% ▲	91,9/100 ▼

1 - 5 di 89 < >

- Il **68,6%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **17%**.
- Il **sentiment** complessivo risulta essere leggermente **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **91,5/100** vs **89,7/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **31,4%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, tedeschi e francesi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio



■ Coppie ■ Amici/Gruppo
■ Famiglie ■ Singolo
■ Viaggio di lavoro

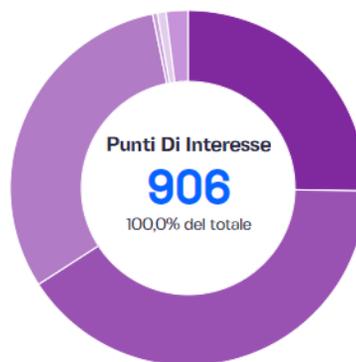
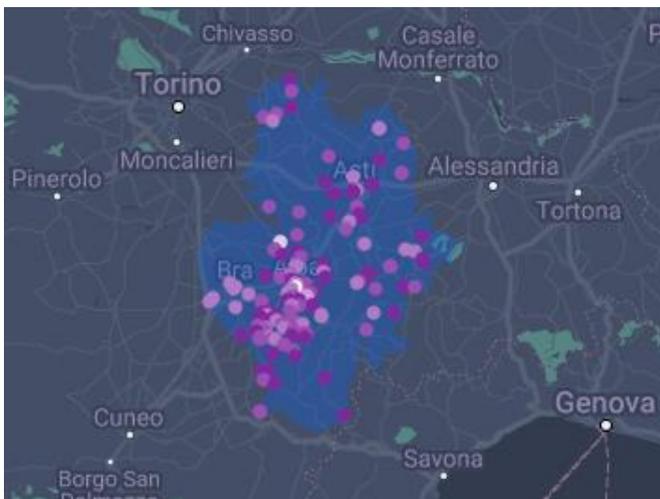
	% sul totale ↓	Sentiment
👤 Coppie	66,1% ▲	91,7/100 ▲
+👤 Amici/Gruppo	17,9% ▼	89,7/100 ▼
♥ Famiglie	11,1% ▼	90,7/100 ▲
👤 Singolo	4,2% ▲	92,4/100 ▲
👔 Viaggio di lavoro	0,6% ▼	82,7/100 ▼

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **66,1%**.
- A seguire gli **amici/gruppi**, la cui quota vale il **17,9%**.
- Il **sentiment** è **più positivo fra i single** con un indice di **92,4/100**, e, a seguire, fra le **coppie** con **91,7/100** e le **famiglie**, con **90,7/100**.
- Il **sentiment** degli utenti che soggiornano per **motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.

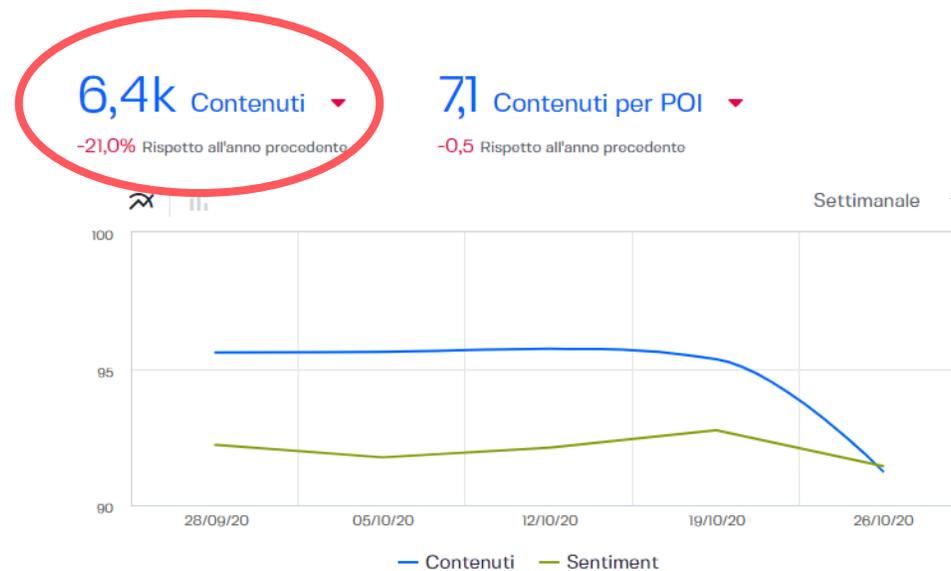


Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ



■ Hotel ■ B & B ■ Agriturismo
■ Resort ■ Residence ■ Altro

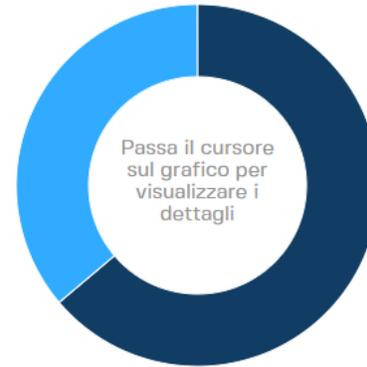
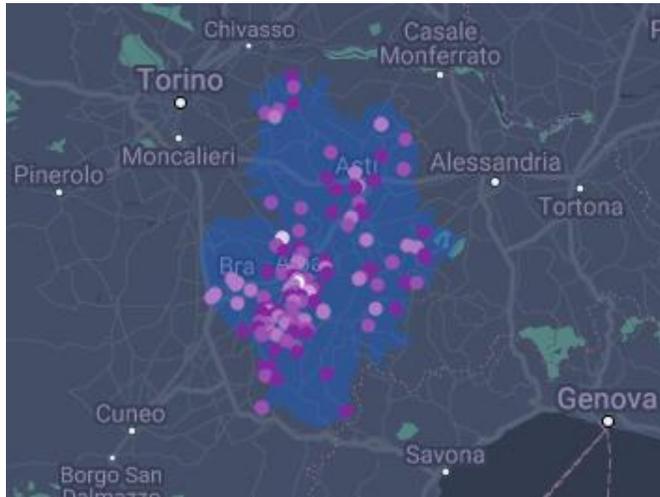


- Il monitoraggio della rete si riferisce a **906 Punti di interesse** della ricettività di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra offerta ricettiva nel **2020** sono **6.400** (-21% sul 2019).



Sentiment Analysis - Visitatori

RICETTIVITÀ



■ Visitatori domestici ■ Internazionali

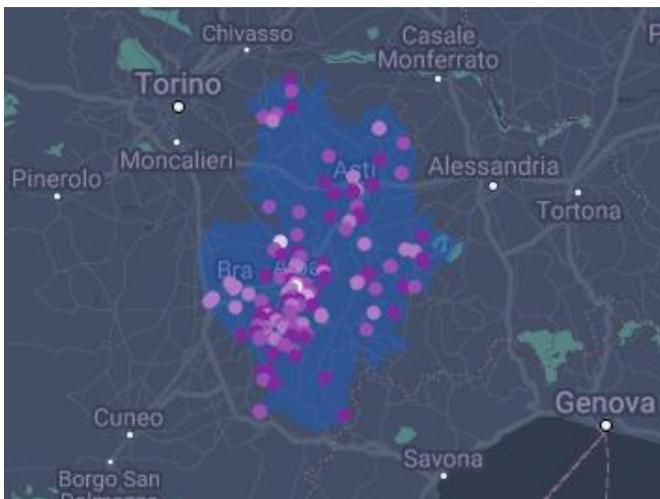
	% sul totale ↓	Sentiment
Italia	63,8% ▲	91,4/100 ▲
Svizzera	19,7% ▲	91,9/100 ▲
Germania	5,9% ▼	92,4/100 ▲
Paesi Bassi	2,5% ▲	91,9/100 ▼
Francia	2,2% ▼	91,3/100 ▲

- Il **63,8%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **19,7%**.
- Il **sentiment** complessivo risulta essere leggermente **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **92,1/100** vs **91,4/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **36,2%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, tedeschi e olandesi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

RICETTIVITÀ



■ Coppie ■ Amici/Gruppo
■ Famiglie ■ Singolo
■ Viaggio di lavoro

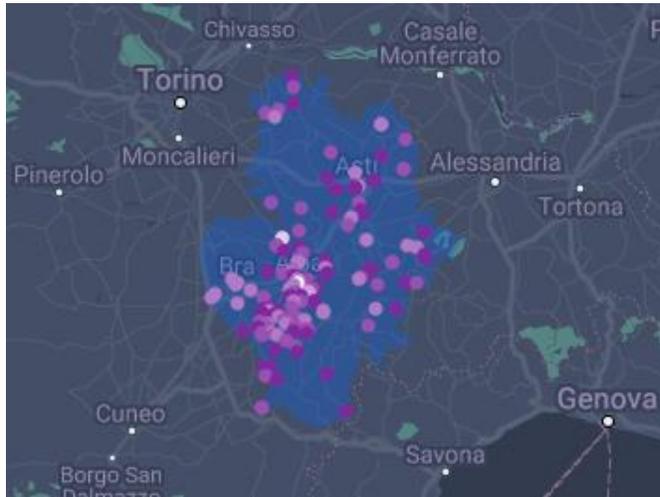
	% sul totale ↓	Sentiment
Coppie	66,5% ▲	92,2/100 ▲
Amici/Gruppo	17,7% ▼	91,4/100 ▼
Famiglie	10,7% ▼	91,6/100 ▲
Singolo	4,4% ▲	92,2/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,6% ▼	80,6/100 ▼

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie: 66,5%**.
- A seguire gli **amici/gruppi**, la cui quota vale il **17,7%**.
- Il **sentiment** è **più positivo fra i single** e le **coppie** con un indice di **92,2/100**, e, a seguire, fra le **famiglie**, con **91,6/100**.
- Il **sentiment** degli utenti che soggiornano per **motivi di lavoro** è **leggermente meno positivo**.



Sentiment Analysis - Canali

RICETTIVITÀ



	Recensioni ↓	Rating	Sentiment		Post ↓
Booking.com	4,2k ↓	8,8/10 ↓	91,7/100 ↓		Facebook 1,1k ▲
Google	1,5k ▲	9,3/10 ▲	93,1/100 ▲		Twitter 322 ↓
TripAdvisor	548 ↓	9,1/10 ▲	91,8/100 ▲		Pinterest 40 ↓
Facebook	159 ↓		92,7/100 ▲		Instagram 6 ↓
Hotels.com	11 ↓	9,1/10 ▲	93,1/100 ▲		Youtube 2 ↓

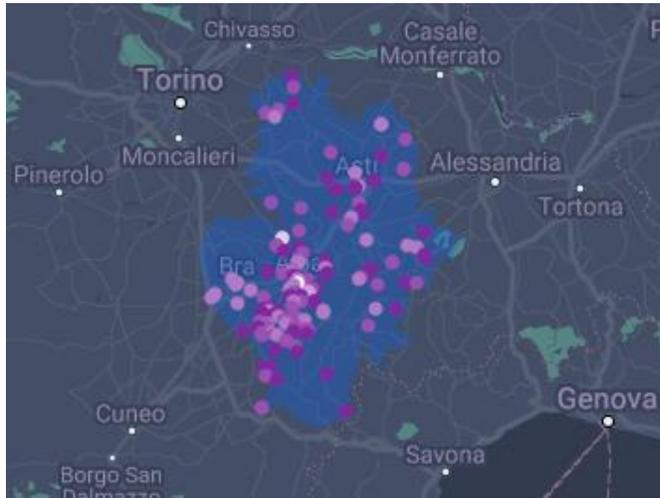
1 - 5 di 18 < >

- Le recensioni rilevate per le Langhe Monferrato Roero sono maggiori su Booking, **4.200**; segue Google, con **1.500**.
- Tra i social primeggia Facebook, con **1.100 post**; segue Twitter, con **322**.



Sentiment Analysis – Cluster & Topic

RICETTIVITÀ



	Contenuti ↓	Sentiment	
Ristorazione	1,9k ▲	94,0/100 ▲	🔍
Staff	1,6k ▲	97,6/100 ▲	🔍
Atmosfera	1,4k ▼	93,0/100 ▲	🔍
Camere	1,2k ▲	84,0/100 ▲	🔍
Pulizia	580 ▲	97,3/100 ▲	🔍

1 - 5 di 24 < >



- L'argomento più discusso è la **ristorazione**, con **1.900 contenuti**; segue lo **staff**, con **1.600**, e l'**atmosfera**, con **1.400**.
- Il tema del **bagno** presenta un **numero maggiore** di contenuti con **giudizio negativo**.
- L'**accoglienza** ha i maggiori **contenuti positivi**.

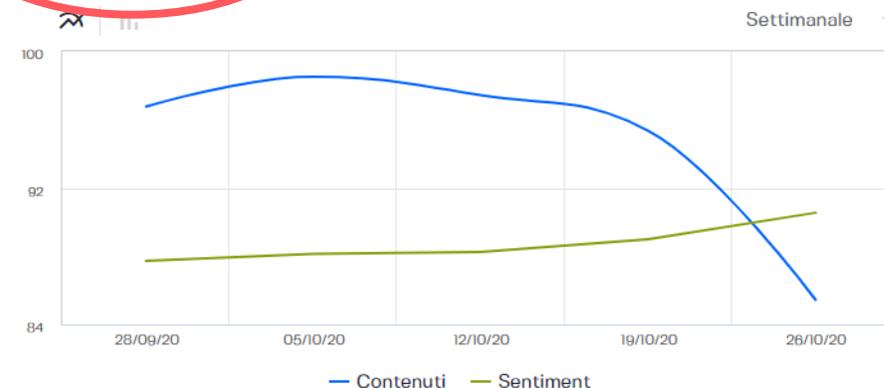


Sentiment Analysis

RISTORAZIONE



● Ristorante ● Bar ● Pizzeria
● Fornaio ● Cantina ● Altro



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.800 Punti di interesse** della ristorazione di cui si è parlato sul web.
- I **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete rispetto alla nostra offerta ristoratrice nel **2020** sono **12.500** (+6,7% sul 2019).



Sentiment Analysis – Visitatori

RISTORAZIONE



■ Visitatori domestici ■ Internazionali

	% sul totale ↓	Sentiment
Italia	78,0% ▲	86,7/100 ▲
Svizzera	11,8% ▲	88,4/100 ▲
Germania	2,5% ▼	89,4/100 ▼
Francia	1,7% ▼	93,3/100 ▲
Regno Unito	1,3% ▲	94,3/100 ▲

1 - 5 di 54

- Il **78%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**11,8%**.
- Il **sentiment** complessivo risulta essere leggermente **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **89,1/100** vs **86,7/100** del **mercato italiano**.
- La quota di **recensioni estere** vale il **22%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, tedeschi e francesi**.



Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

RISTORAZIONE



● Coppie ● Amici/Gruppo
● Famiglie ● Singolo
● Viaggio di lavoro

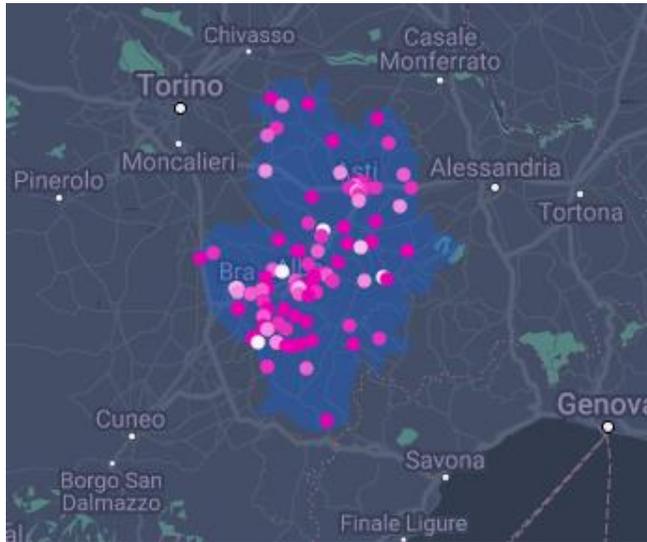
	% sul totale ↓	Sentiment
👤 Coppie	63,2% ▲	89,6/100 ▲
+👤 Amici/Gruppo	20,5% ▼	79,7/100 ▼
❤️ Famiglie	13,2% ▼	86,6/100 ▼
👤 Singolo	2,8% ▼	94,5/100 ▲
👜 Viaggio di lavoro	0,4% ▼	100,0/100 ▲

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **63,2%**.
- A seguire gli **amici/gruppi**, la cui quota vale il **20,5%**.
- Il **sentiment** è **più positivo** fra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con un **indice** di **100/100**, e, a seguire, fra i **single** con **94,5/100** e le **coppie**, con **89,6/100**.



Sentiment Analysis – Canali

RISTORAZIONE



	Recensioni ↓	Rating	Sentiment	Post ↓
Google	8,9k ▲	8,9/10 ▲	89,3/100 ▲	
TripAdvisor	2,0k ▼	8,5/10 ▲	86,2/100 ▲	
Facebook	850 ▲		85,6/100 ▼	
Booking.com	489 ▼	8,5/10 ▼	88,4/100 ▼	
TheFork	306 ▲	8,9/10 ▼	89,9/100 ▼	
Facebook				3,0k ▲
Twitter				1,8k ▼
Youtube				56 ▼
Pinterest				35 ▼
Instagram				7 ▼

- Le recensioni rilevate per le Langhe Monferrato Roero sono maggiori su Google, **8.900**; segue TripAdvisor, con **2.000**.
- Tra i social primeggia Facebook, con **3.000 post**; segue Twitter, con **1.800**.

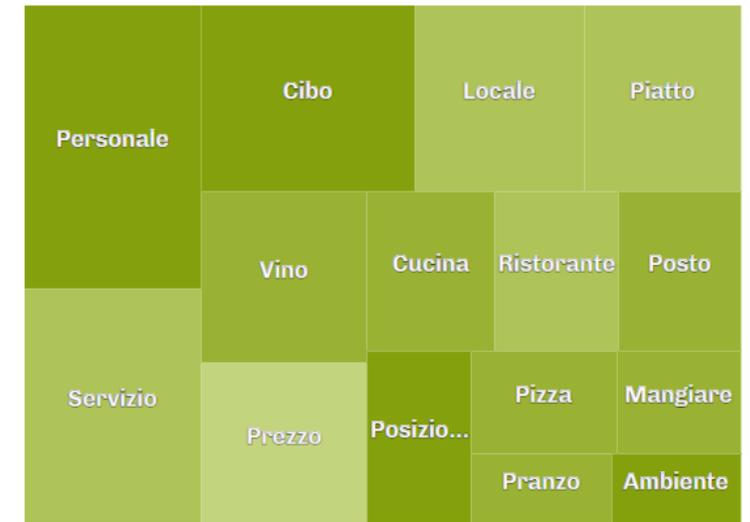


Sentiment Analysis – Cluster & Topic

RISTORAZIONE



	Contenuti ↓	Sentiment
Atmosfera	4,3k ▲	90,4/100 ▲
Accoglienza	2,9k ▲	92,9/100 ▲
Qualità del cibo	2,5k ▼	88,9/100 ▲
Posizione	1,3k ▲	94,3/100 ▲
Estetica	761 ▲	86,5/100 ▲

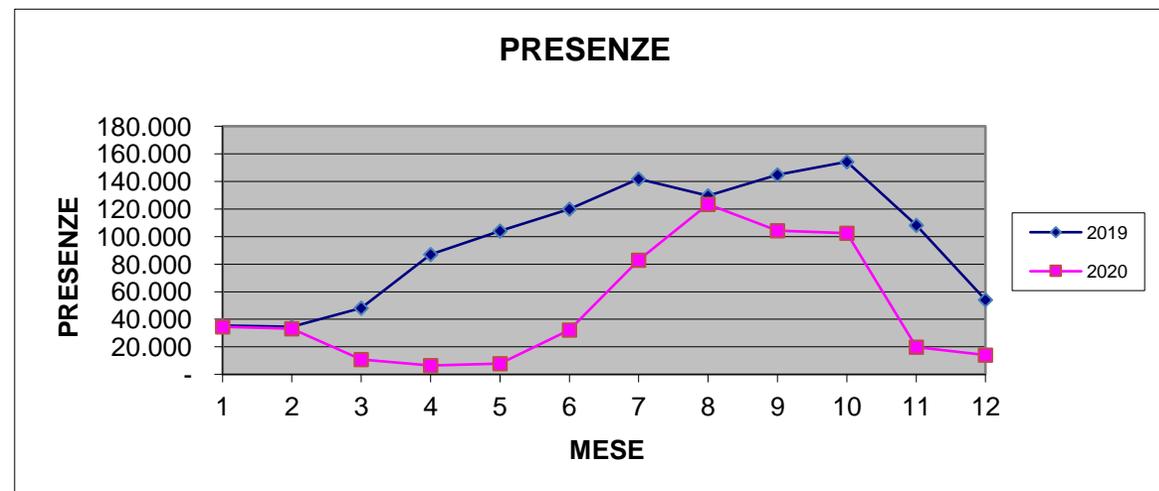
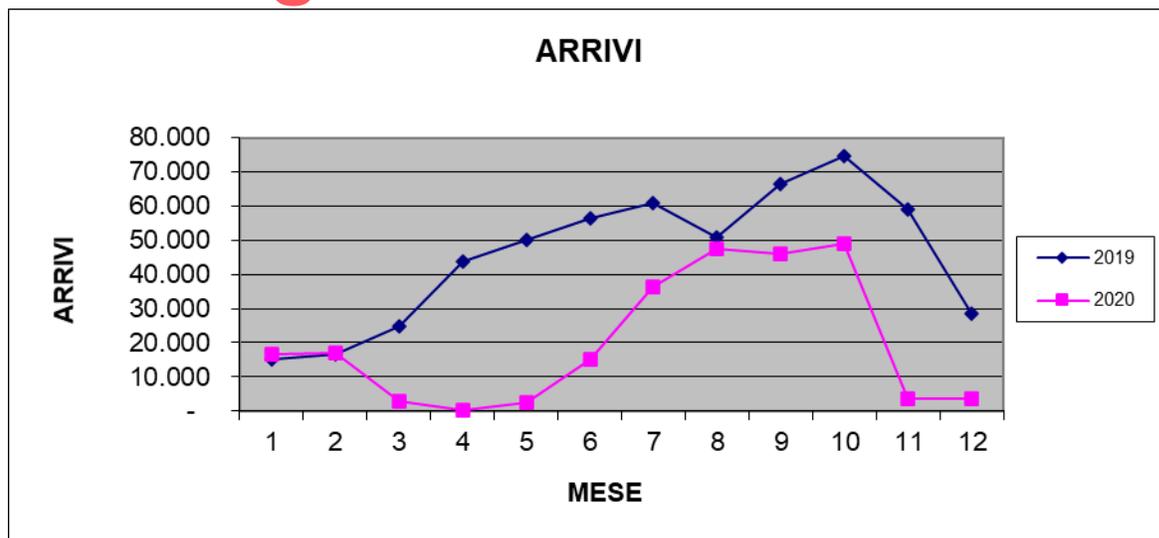


- L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con **4.300 contenuti**; segue l'**accoglienza** con **2.900** e la **qualità del cibo**, con **2.500**.
- Il tema del **prezzo** presenta un **numero maggiore** di **contenuti** con **giudizio negativo**.
- Il **personale** ha i maggiori **contenuti positivi**.



Dati statistici provvisori

Langhe Monferrato Roero



I flussi turistici delle Langhe Monferrato Roero evidenziano una risalita nel periodo post lockdown primaverile fino a raggiungere indicativamente gli **stessi valori nel mese di agosto** (dati provvisori).

Complessivamente, i **movimenti turistici nelle strutture ricettive nel 2020** - dati provvisori, presentano una **contrazione di circa il 51% dei pernottamenti registrati l'anno precedente**.

Su questo dato pesa maggiormente il calo dei movimenti dall'estero: Svizzera e Germania dimezzano i flussi e calano di oltre il 50% rispettivamente; quasi azzerati i flussi provenienti dagli Stati Uniti d'America. Unico Paese estero che rileva un calo più contenuto è il Belgio: -30% circa.



Spend Index

Progettazione nuovo strumento

ISTAT	Comune	Provinc	CAP	ATL
004003	Alba	CN	12051	ATL Langhe Monferrato Roero
005005	Asti	AT	14100	ATL Langhe Monferrato Roero
004011	Barbaresco	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004013	Barolo	CN	12060	ATL Langhe Monferrato Roero
004020	Benevello	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004024	Borgomale	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004029	Bra	CN	12042	ATL Langhe Monferrato Roero
004046	Castagnito	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004055	Castiglione Falletto	CN	12060	ATL Langhe Monferrato Roero
004067	Cherasco	CN	12062	ATL Langhe Monferrato Roero
004072	Corneliano d'Alba	CN	12040	ATL Langhe Monferrato Roero
004080	Diano d'Alba	CN	12055	ATL Langhe Monferrato Roero
004100	Grinzane Cavour	CN	12060	ATL Langhe Monferrato Roero
004101	Guarene	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004105	La Morra	CN	12064	ATL Langhe Monferrato Roero
004132	Monforte d'Alba	CN	12065	ATL Langhe Monferrato Roero
004142	Monticello d'Alba	CN	12066	ATL Langhe Monferrato Roero
004148	Neive	CN	12052	ATL Langhe Monferrato Roero
004168	Piobesi d'Alba	CN	12040	ATL Langhe Monferrato Roero
004194	Roddi	CN	12060	ATL Langhe Monferrato Roero
004218	Serralunga d'Alba	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004230	Treiso	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero
004231	Trezzo Tinella	CN	12050	ATL Langhe Monferrato Roero

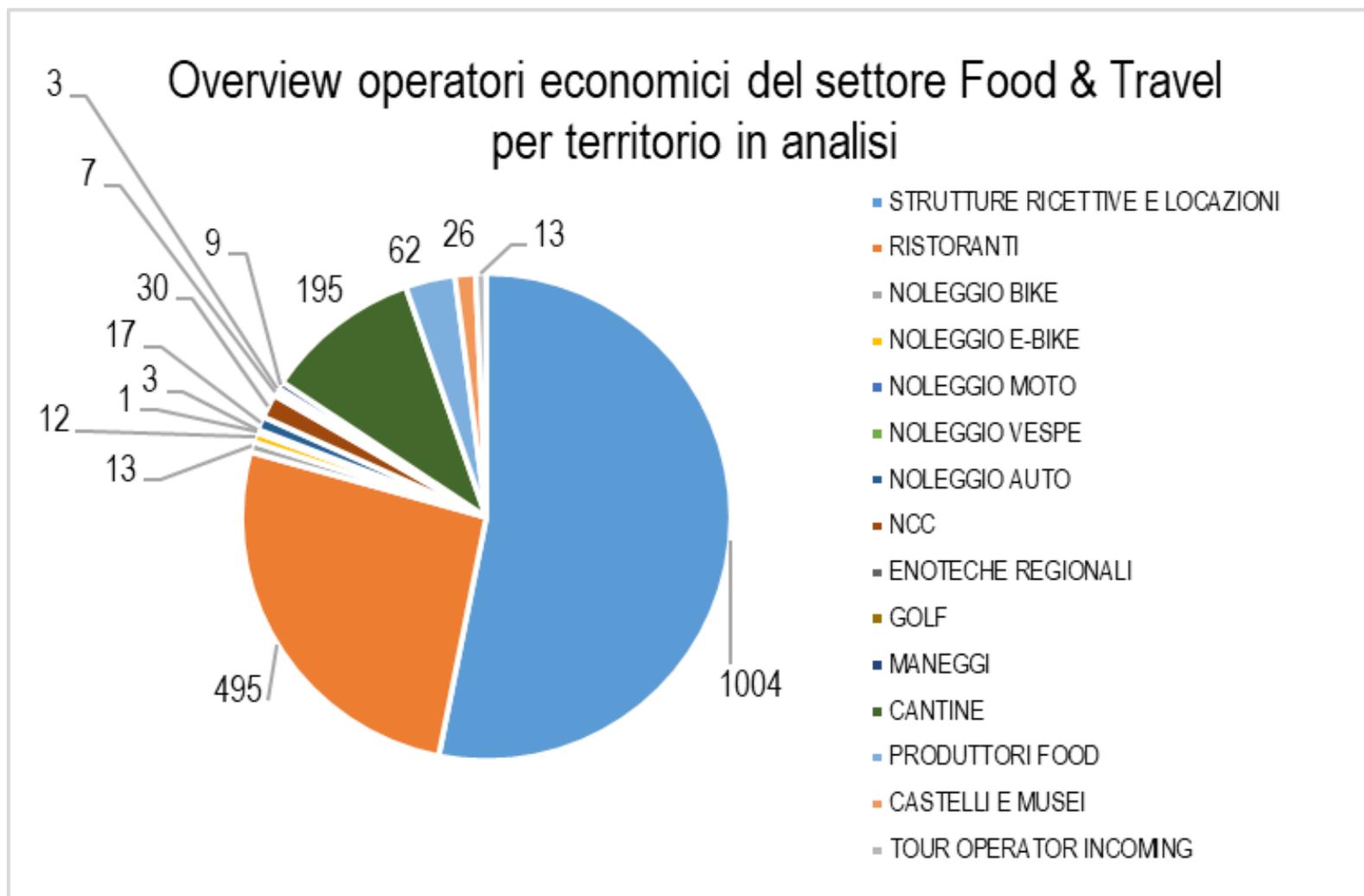
*23 comuni oggetto di
analisi*

Legenda	
	Alba e i principali comuni turistici nel periodo (nelle prime 10 posizioni per numero di pernottamenti nel periodo set - dic 2019)
	Comuni confinanti con Alba e principali comuni turistici nel periodo (nelle prime 10 posizioni per numero di pernottamenti nel periodo set - dic 2019)
	Comuni confinanti con Alba



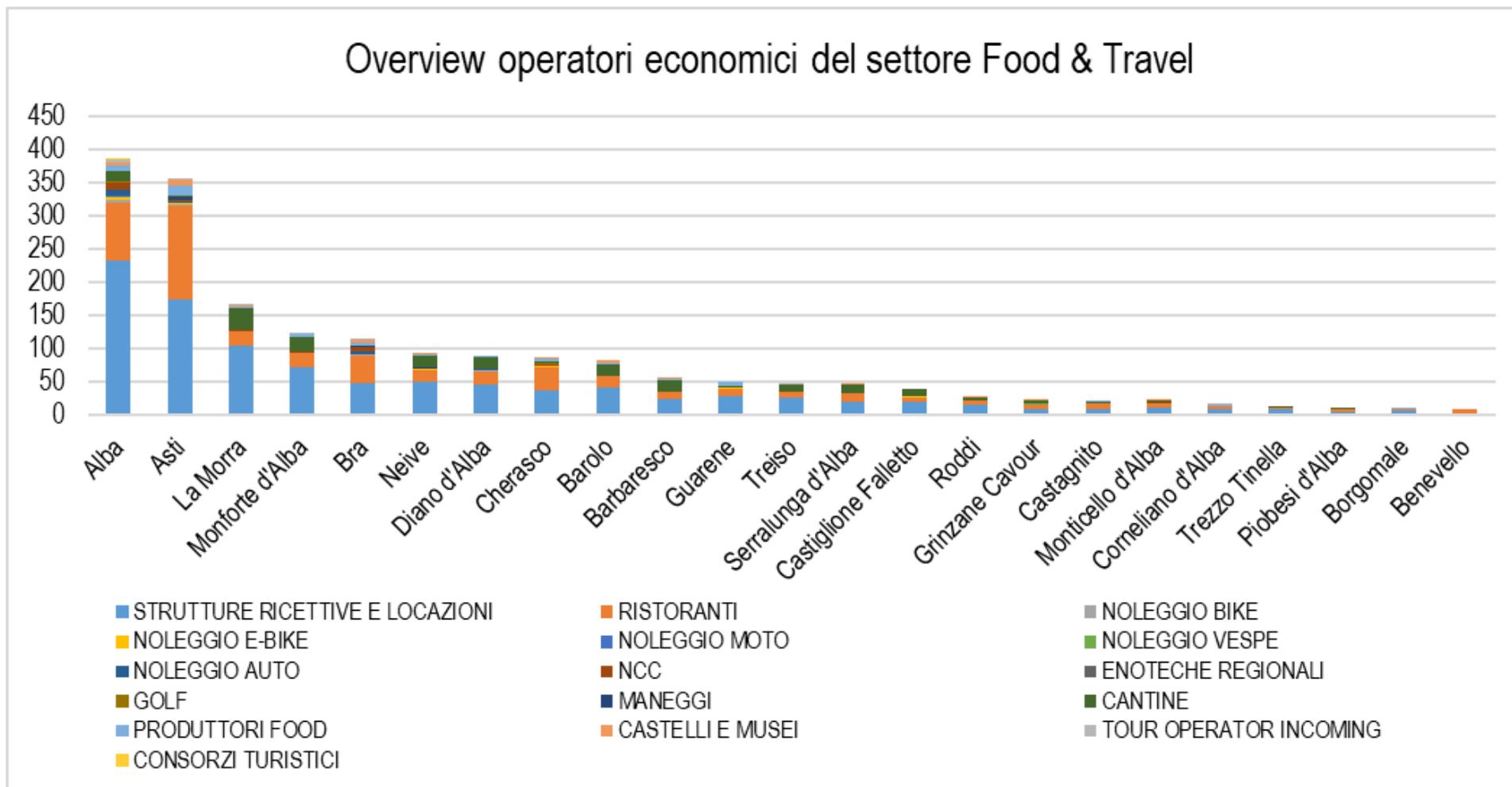
Spend Index

Overview degli operatori del territorio in analisi

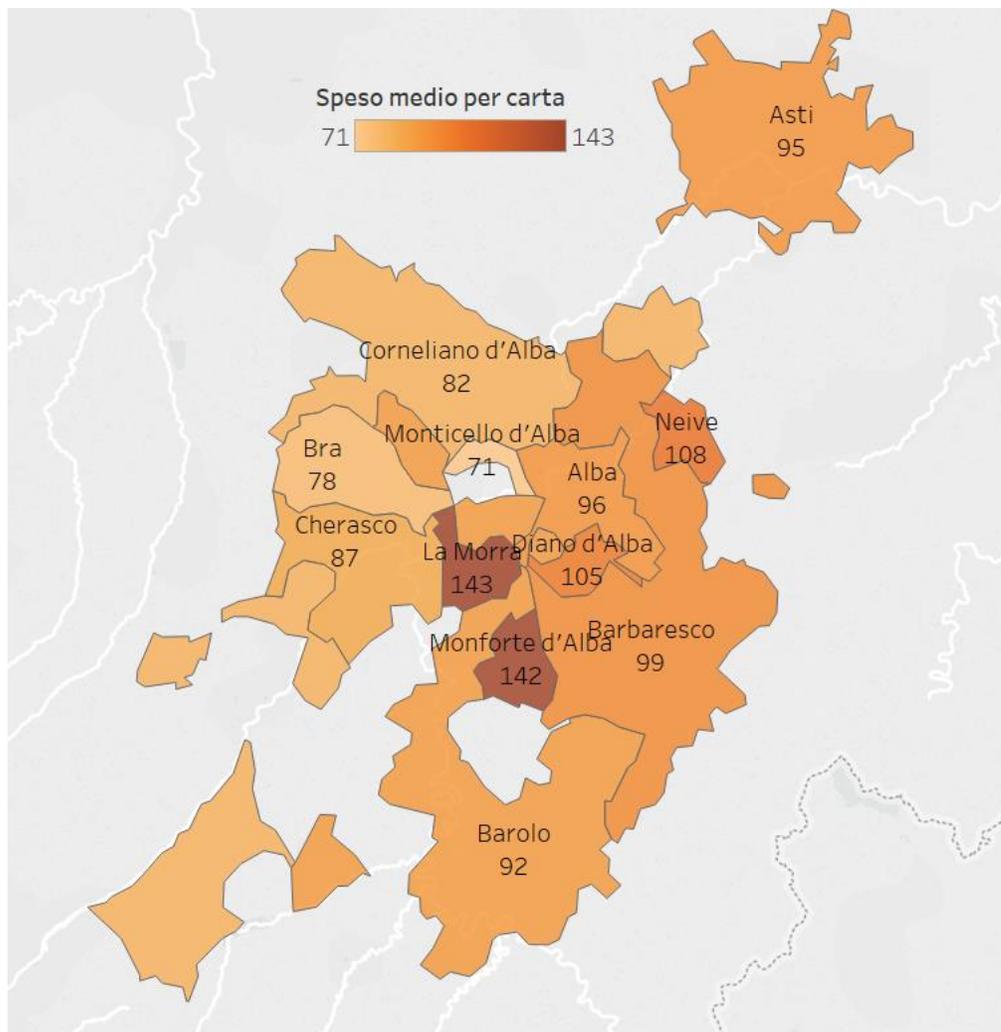


Spend Index

Overview degli operatori del territorio in analisi



Spend Index



Nel 2020 nei comuni analizzati, considerati complessivamente, la **spesa media settimanale per carta di credito varia tra un minimo di 89 €** della 4^a settimana di gennaio **a poco a più di 118 €** di fine settembre/inizio ottobre.

A livello territoriale esistono però rilevanti differenze.

Il valore di **spesa media settimanale più alta** si registra a **La Morra (143€)** e a **Monforte d'Alba (142 €)**.

A seguire:

Neive (108 €), **Diano D'Alba (105 €)** e **Barbaresco (99)**

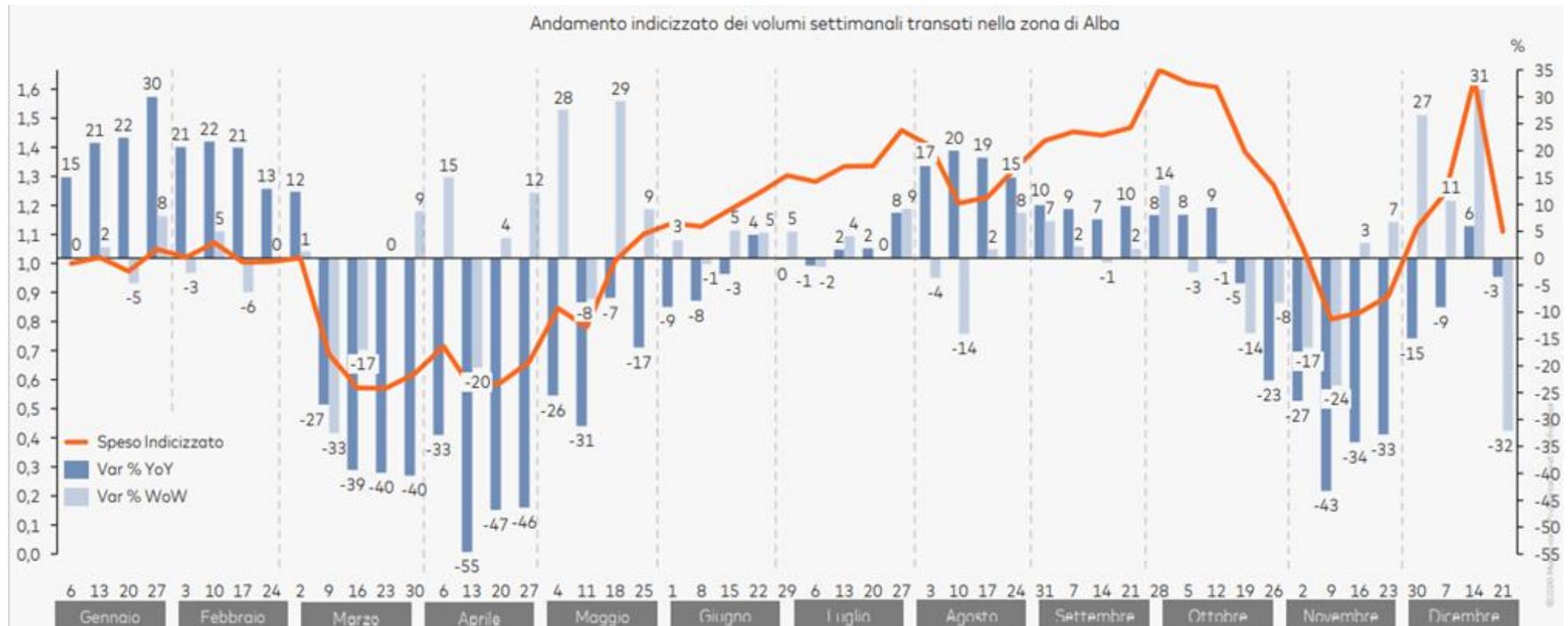
Il valore più ridotto appartiene a **Monticello D'Alba (71 €)**.



Spend Index

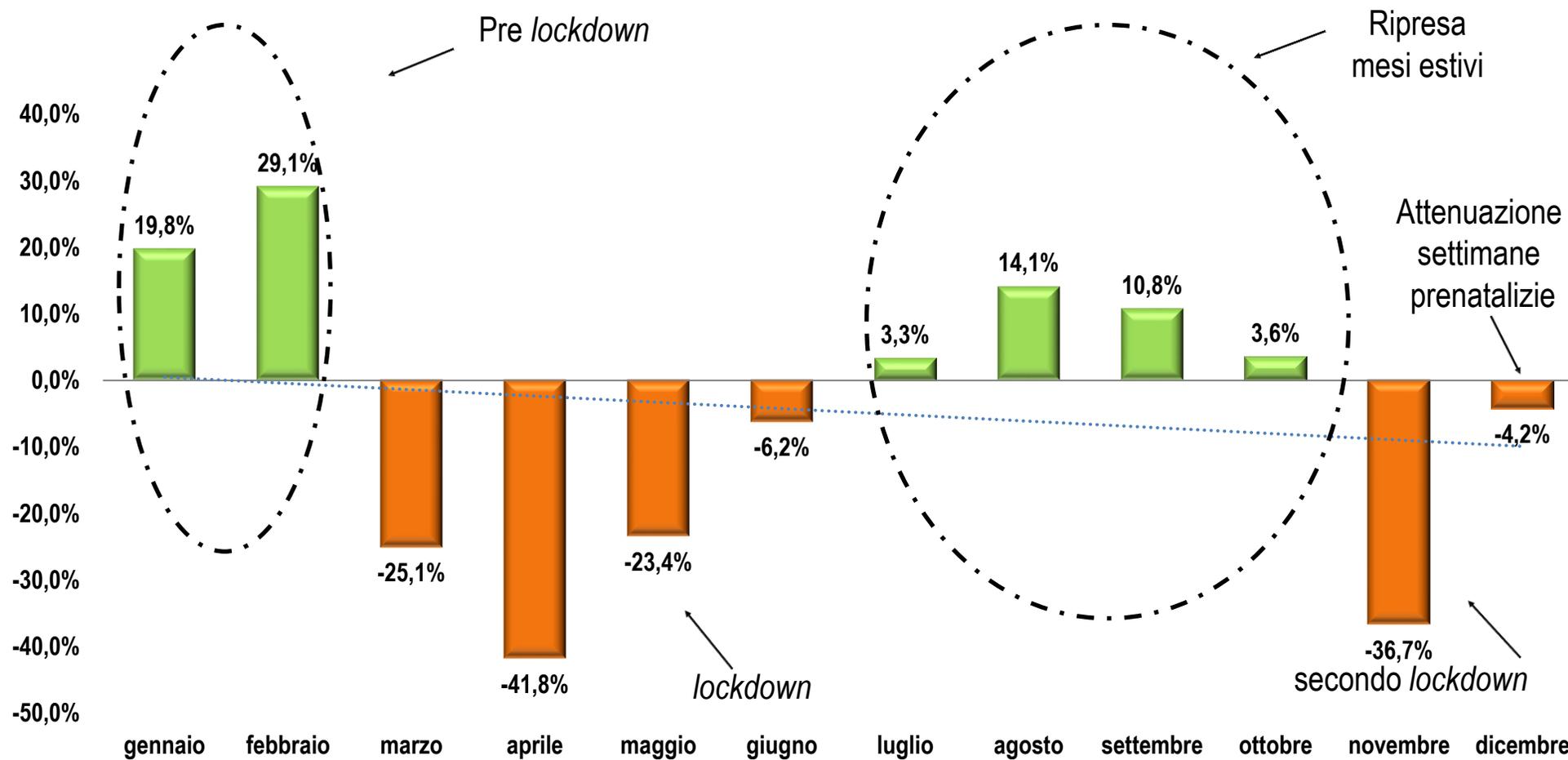
Analisi dei macro trend acquisti territorio albese

- Dopo la fine del primo *lockdown* si è assistito ad una graduale ripresa dei volumi transati;
- Le restrizioni introdotte nel mese di novembre hanno portato ad un significativo calo del trend di spesa;
- Con la riapertura dei negozi a partire da inizio dicembre e l'avvicinarsi del periodo Natalizio, si è osservata una ripresa del trend indicizzato.



Spend Index

Trend mensile di speso indicizzato



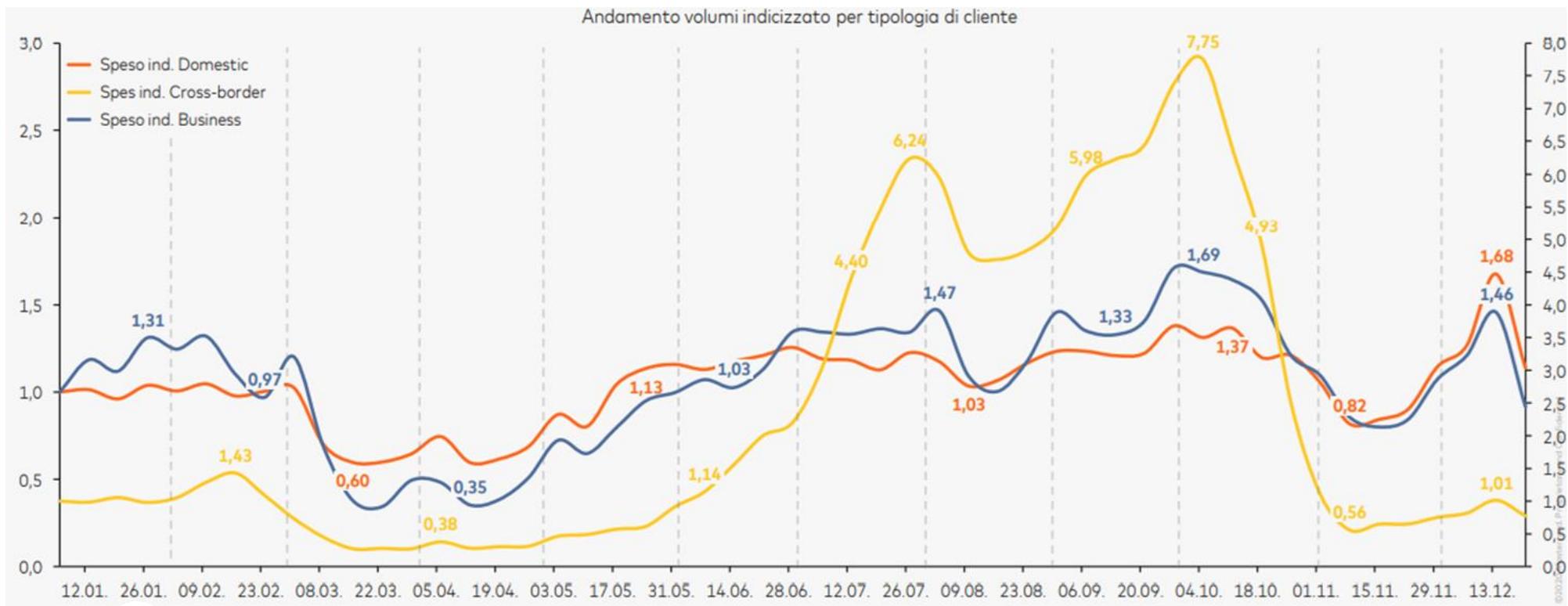
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



Spend Index

Trend di spesa indicizzata per tipologia di carta

- Dopo i mesi estivi positivi, lo speso con carte straniere ha registrato un calo nel trend indicizzato dovuto alle limitazioni agli spostamenti;
- Il trend indicizzato di speso con carte italiane ha gradualmente ripreso a crescere, grazie alle riaperture di negozi raggiungendo il picco dell'anno nella settimana centrale di dicembre;
- Il trend indicizzato dello speso effettuato con carte business segue un trend simile a quello registrato per le carte consumer Italiane.



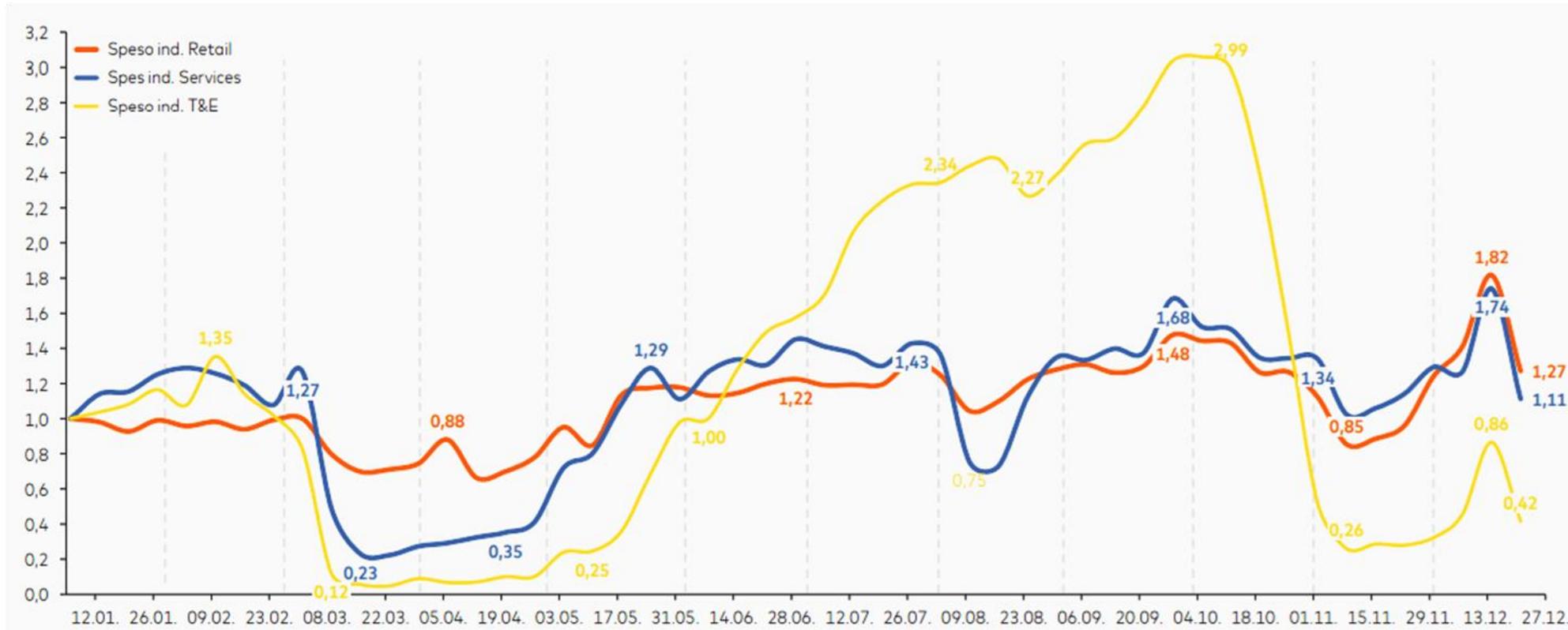
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



Spend Index

Trend di spesa indicizzata per settore

- La spesa nella categoria Travel & Entertainment è quella che ha subito il maggior impatto durante il lockdown;
- Nei mesi estivi ha ripreso a transare a livelli superiori rispetto ai primi mesi del 2020;
- Con la chiusura dei ristoranti e le limitazioni agli spostamenti introdotte a partire da novembre si è osservato un nuovo rallentamento.

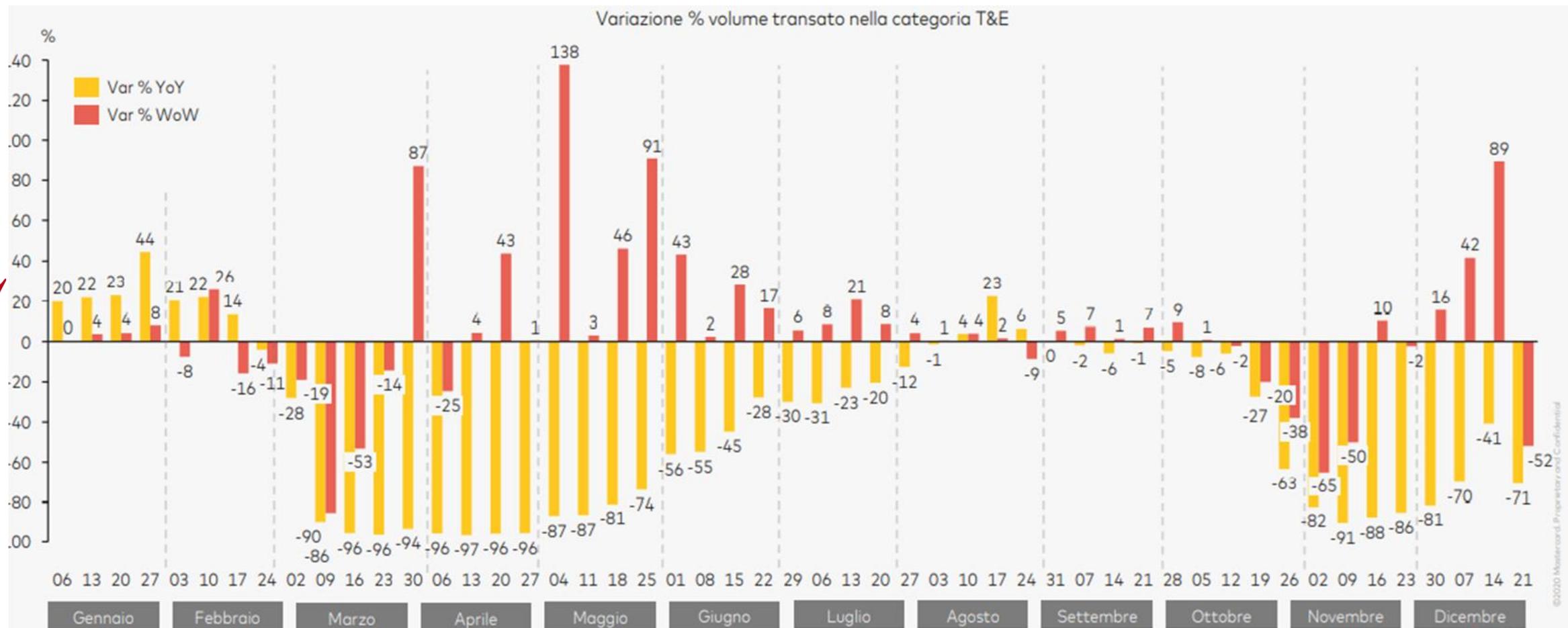


Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



Spend Index

Trend di spesa indicizzata Travel & Entertainment



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte

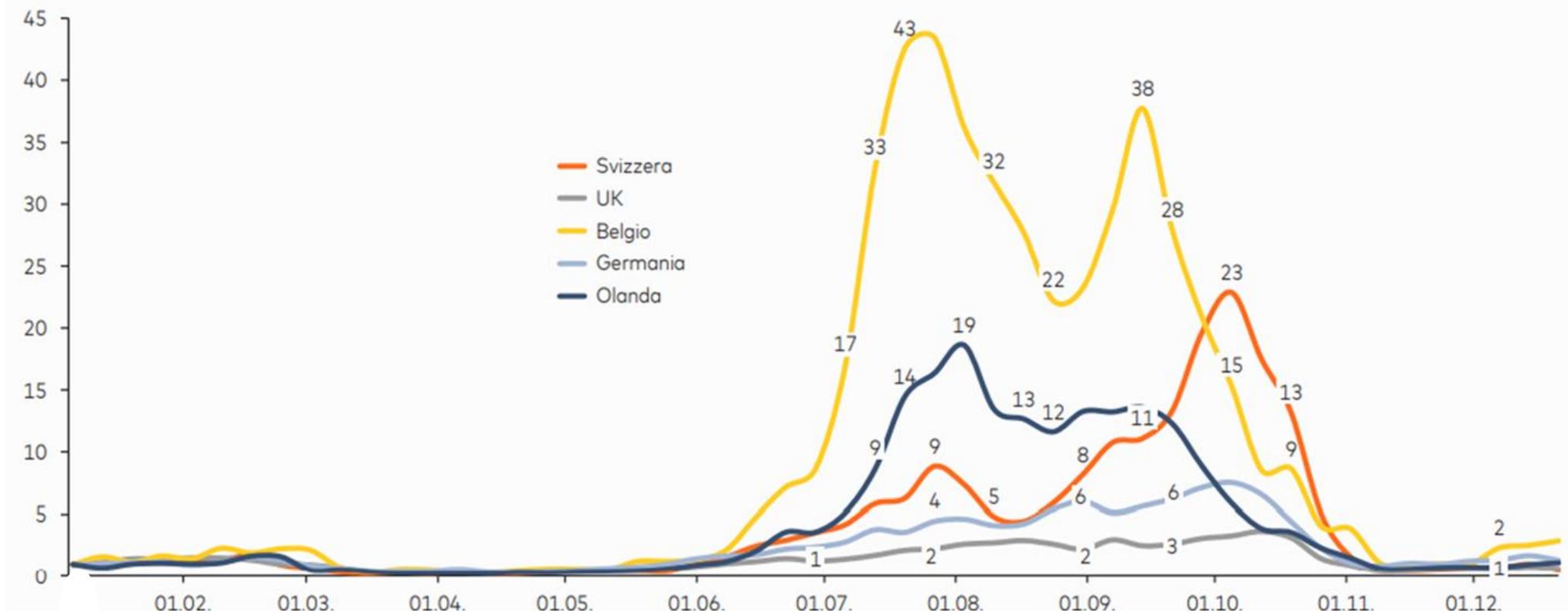


Spend Index

Indice di spesa per nazionalità

- Per le principali nazionalità di provenienza, la spesa indicizzata **crece nei mesi estivi**; in particolari per turisti **Belgi, Olandesi e Svizzeri**;
- A partire dal mese di ottobre si osserva un calo per tutte le nazionalità.

Andamento di peso indicizzato per le 5 principali nazioni per totale transato nel 2020



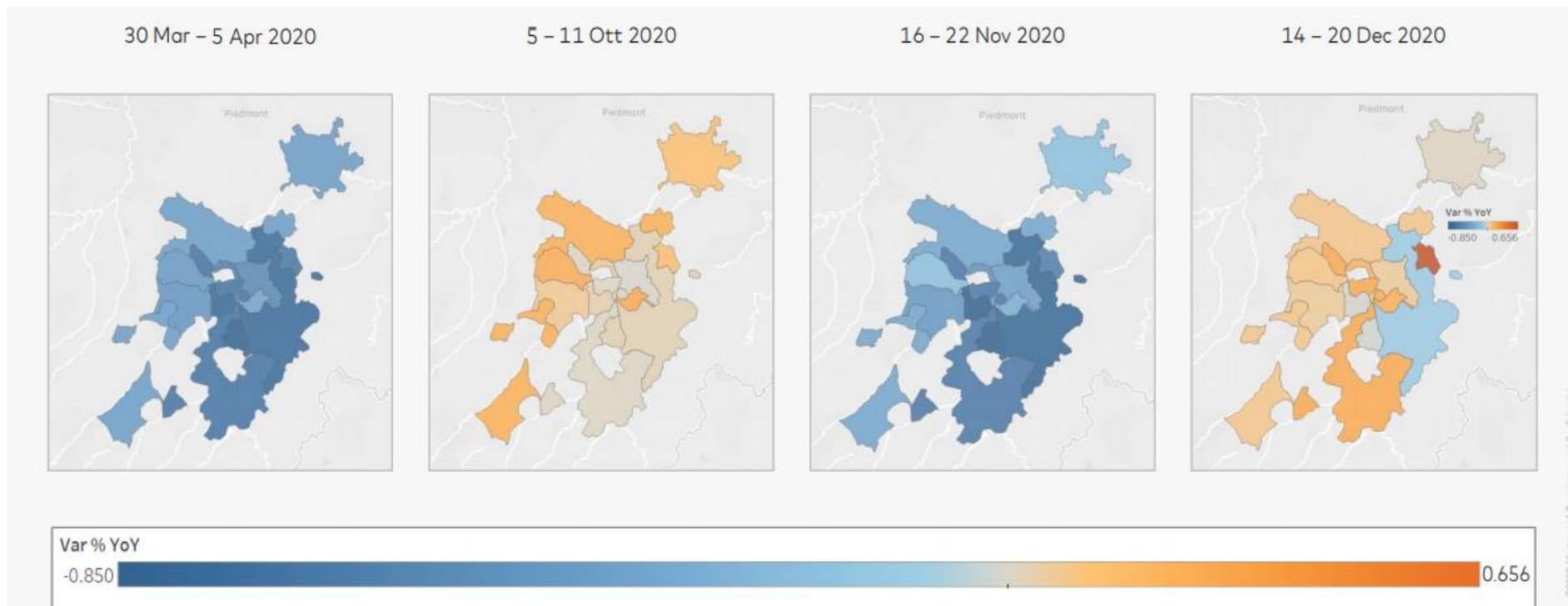
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



Spend Index

Variazione percentuale media per CAP

Osservando la variazione % dello speso rispetto all'anno precedente in quattro momenti dell'anno, caratterizzati da diversi gradi di restrizioni alle attività commerciali e agli spostamenti, le ricadute sullo speso appaiono evidenti.



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte

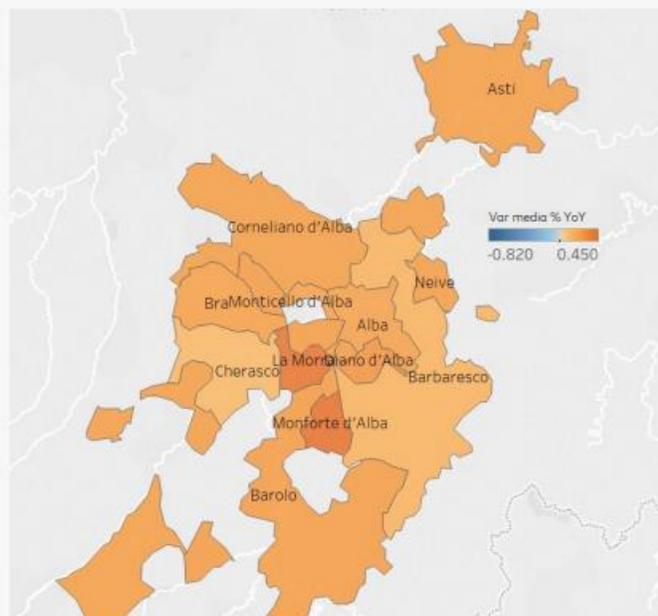


©2020 Mastercard. Proprietary and Confidential

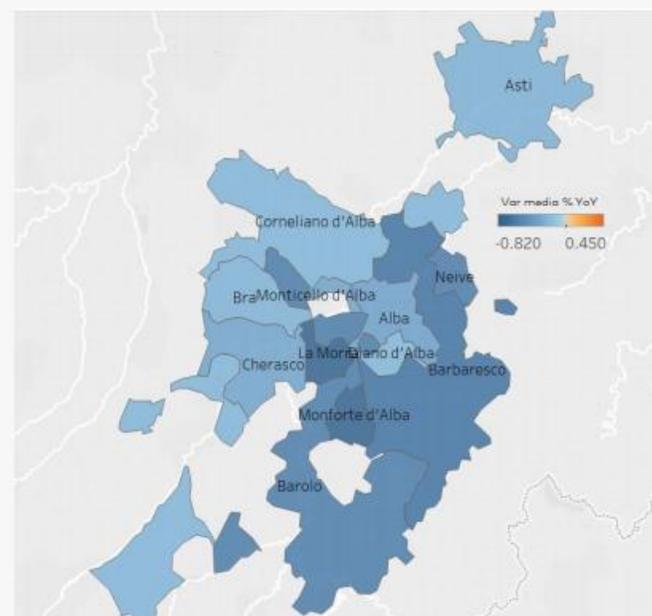
Spend Index

Variazione media per CAP

Gennaio - Febbraio 2020



Marzo - Maggio 2020



- Nei primi mesi dell'anno si osserva una crescita dei volumi transati rispetto all'anno precedente su tutto il territorio analizzato con picchi pari al +45%
- Nel periodo di lockdown si registra un calo significativo del transato fino al -85% per alcuni comuni



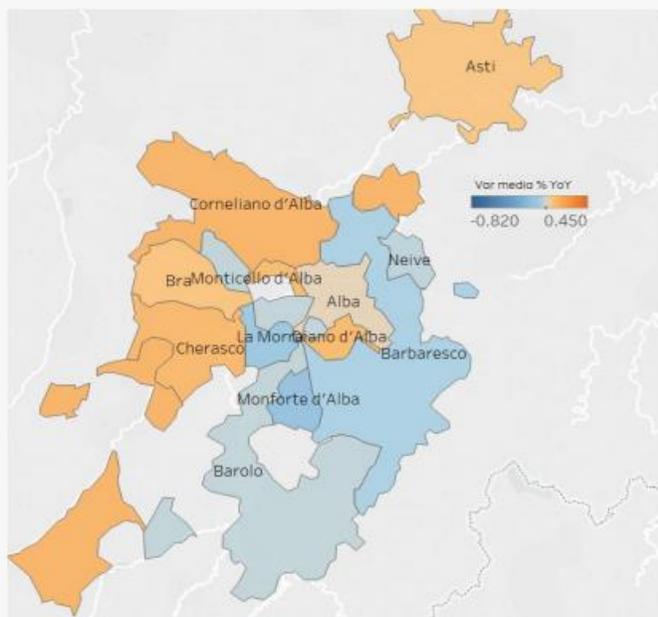
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



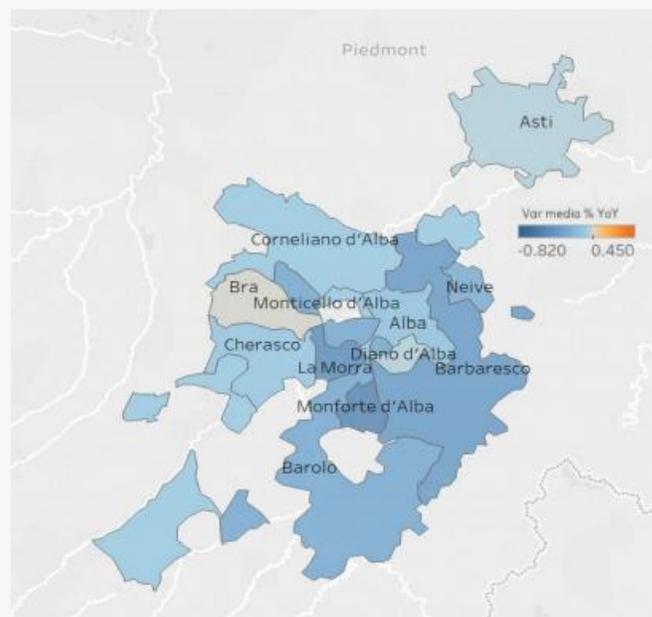
Spend Index

Variazione percentuale media per CAP

Giugno – Settembre 2020



Ottobre – Dicembre 2020



• Nel periodo successivo al primo lockdown e durante il corso dei mesi estivi si è osservata una graduale ripresa con alcuni comuni che hanno performato meglio dell'anno precedente

• A partire dall'introduzione delle nuove misure restrittive nel mese di Ottobre si osserva un calo della variazione media percentuale rispetto al 2019 su tutto il territorio



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Sondaggi

Osservatorio Turistico Regionale – VisitPiemonte DMO in collaborazione con METIS Ricerche S.r.l.

Sentiment Analysis

Osservatorio Turistico Regionale – VisitPiemonte DMO in collaborazione con The Data Appeal Company S.p.A.

Statistiche del Turismo

Osservatorio Turistico Regionale – VisitPiemonte DMO su dati di Regione Piemonte

Spend Index

Unioncamere Piemonte in collaborazione con Mastercard

The logo for Visit Piemonte, featuring the word "visit" in red and "Piemonte" in black, set against a white arrow-shaped background pointing to the right.

**visit
Piemonte**