



**PIEMONTE**  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
**Piemonte**  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
**PIEMONTE**

 **REGIONE  
PIEMONTE**

 **PIEMONTE**  
valori comuni  
Una regione, tanti volti

# Il turismo in Piemonte 2020: Dati e analisi di un anno complesso

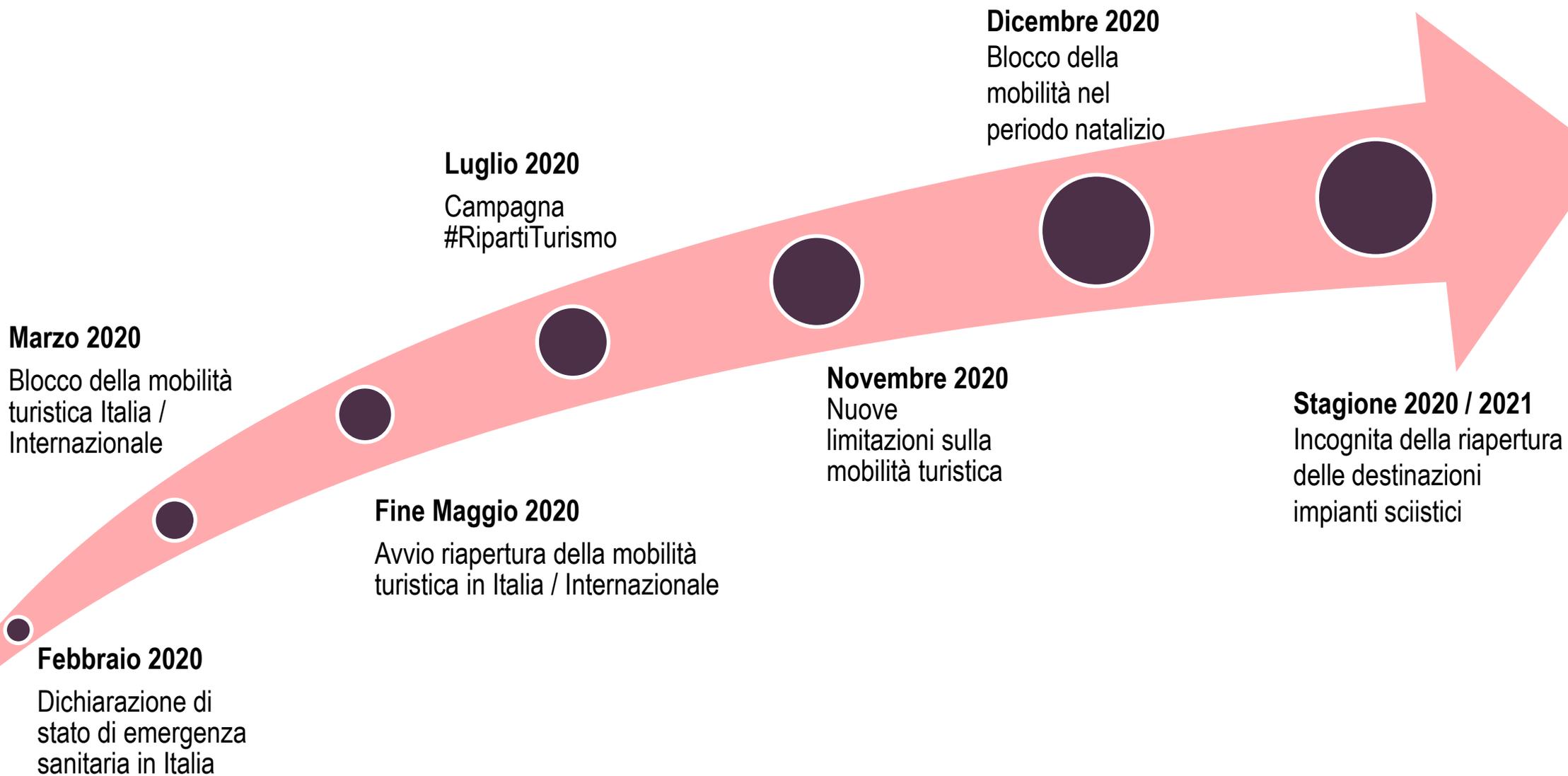
**Cristina Bergonzo**

*Responsabile Osservatorio Turistico Regionale*

*Torino – 23 aprile 2020*



# Piemonte vs Turismo - 2020



Fonte: Osservatorio turistico Regionale



# Scenario internazionale

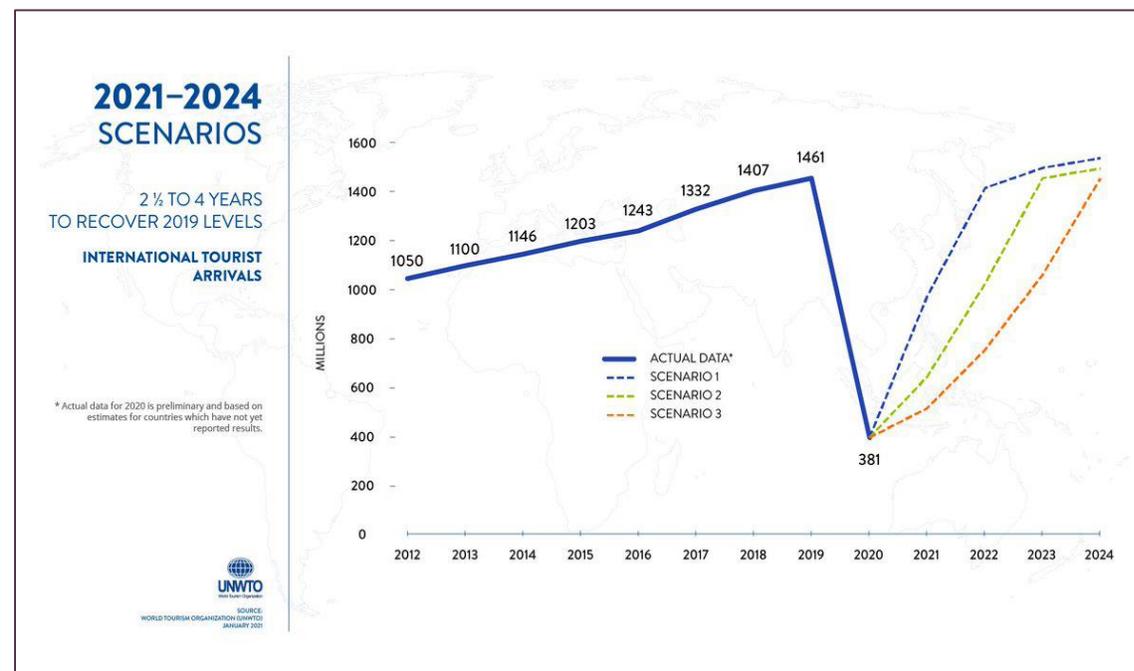
## Outlook for International Tourist Arrivals

	Change			
	2016	2017	2018	2019*
World	3.8%	7.2%	5.6%	3.8%
Europe	2.5%	8.8%	5.8%	3.7%
Asia and the Pacific	7.7%	5.7%	7.3%	4.6%
Americas	3.7%	4.7%	2.4%	2.0%
Africa	7.8%	8.5%	8.5%	4.2%
Middle East	-4.7%	4.1%	3.0%	7.6%

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

- A consuntivo 2019 gli **arrivi internazionali nel mondo** crescono del **+3,8%** → meno degli anni precedenti.
- In **Europa** gli arrivi internazionali crescono del **+3,7%**.

- Nel **2020**, la pandemia ha provocato una profonda crisi di settore che ha portato ad un crollo degli arrivi internazionali di circa 74% e del 70% in Europa.





# Scenario nazionale

L'Osservatorio Nazionale del Turismo , nello scenario di base, stima che i **visitatori totali internazionali e nazionali** diminuiranno del **-60% nel 2020** rispetto all'anno precedente, e **rimarranno del 36% al di sotto dei valori del 2019 nel 2021**, per un totale di 68 milioni di visitatori in meno nel 2020. Inoltre, si prevede che i pernottamenti turistici totali diminuiranno di 224 milioni e la spesa di 95 miliardi di euro.

Dagli ultimi aggiornamenti, si prevede che i **visitatori internazionali pernottanti** diminuiranno del **-71%** (-45 milioni di visitatori) nel 2020. Il numero dei pernottamenti diminuirà di 155 milioni rispetto al 2019.

Anche sul **mercato domestico** è confermato il **trend discendente del -46%** (24 milioni di visitatori); i pernottamenti domestici si prevedono inferiori di 68 milioni nel 2020 rispetto al 2019.

Anche in termini di impatto economico sulla spesa turistica in entrata dall'estero il calo previsto si attesta a -30,2 miliardi di euro nel 2020 rispetto al livello del 2019.

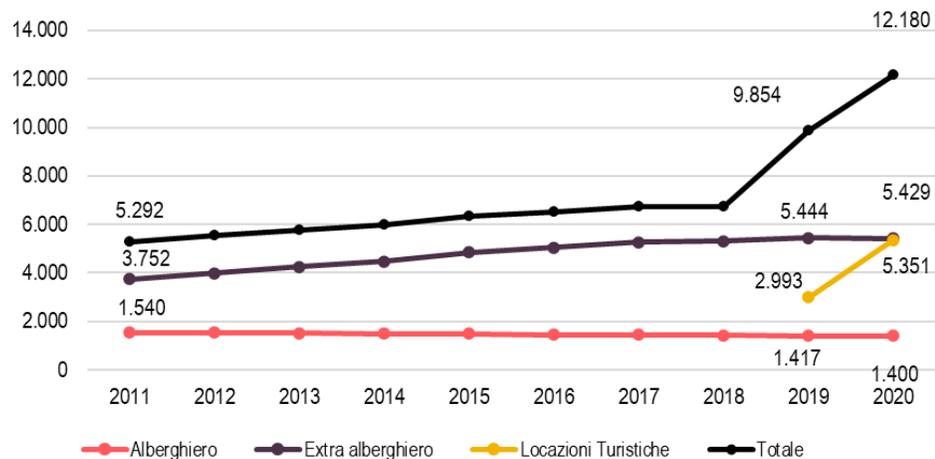
L'impatto sul flusso della spesa turistica da parte dei visitatori interni si conferma in declino di 64,5 miliardi di euro nel 2020 rispetto al livello del 2019.

**La ripresa**, dunque, è prevista solo per il **2022 sul mercato interno e sul 2024 su quelli internazionali**.

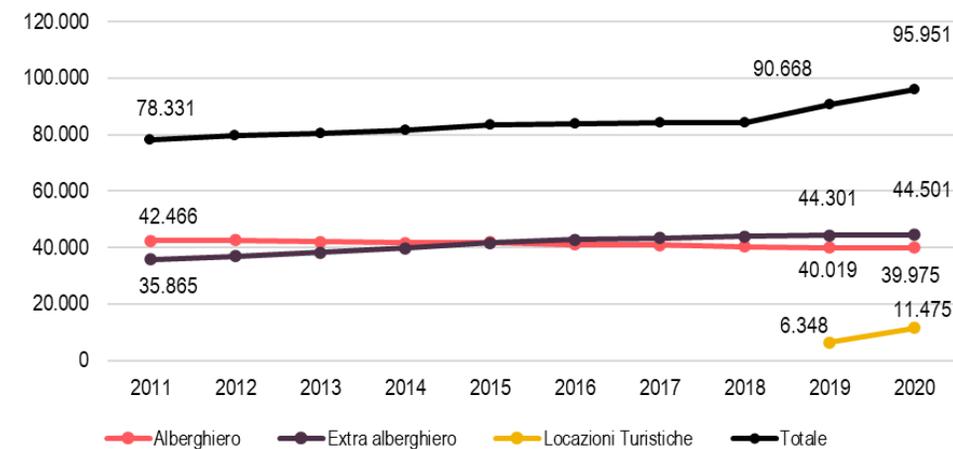


# L'offerta ricettiva in Piemonte

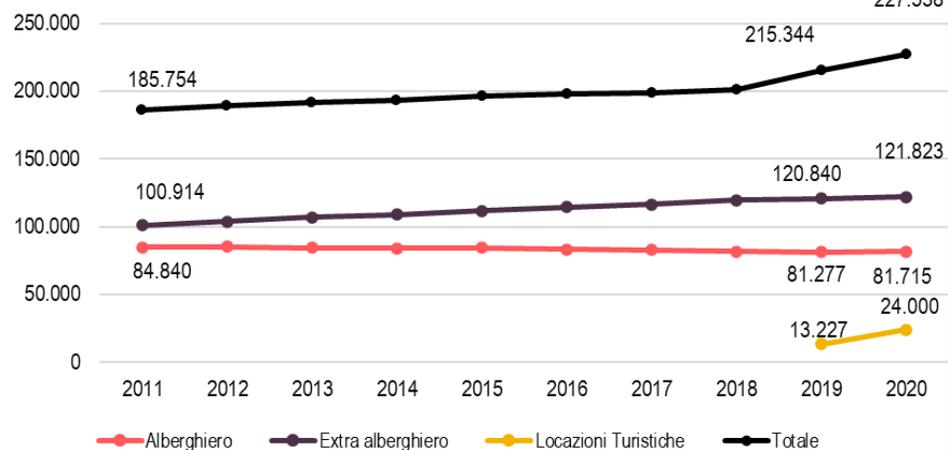
## Andamento strutture ricettive in Piemonte



## Andamento camere in Piemonte



## Andamento posti letto in Piemonte

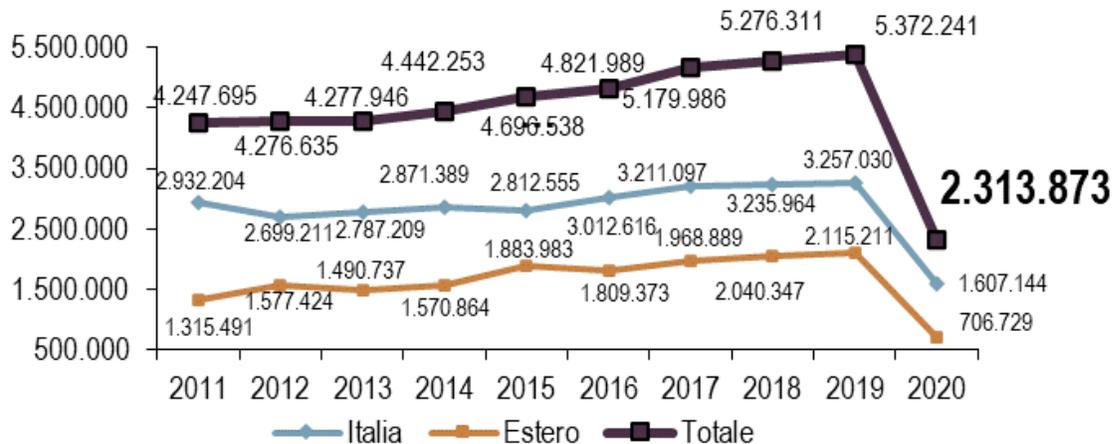


Settore	Anno	2011	2019	2020	Var% 2020 vs 2011	Var% 2020 vs 2019
Alberghiero	Strutture	1.540	1.417	1.400	-9,1%	-1,2%
	Camere	42.466	40.019	39.975	-5,9%	-0,1%
	Letti	84.840	81.277	81.715	-3,7%	0,5%
Extra alberghiero	Strutture	3.752	5.444	5.429	44,7%	-0,3%
	Camere	35.865	44.301	44.501	24,1%	0,5%
	Letti	100.914	120.840	121.823	20,7%	0,8%
Locazioni Turistiche	Strutture		2.993	5.351		78,8%
	Camere		6.348	11.475		80,8%
	Letti		13.227	24.000		81,4%
Totale	<b>Strutture</b>	<b>5.292</b>	<b>9.854</b>	<b>12.180</b>	<b>130,2%</b>	<b>23,6%</b>
	<b>Camere</b>	<b>78.331</b>	<b>90.668</b>	<b>95.951</b>	<b>22,5%</b>	<b>5,8%</b>
	<b>Letti</b>	<b>185.754</b>	<b>215.344</b>	<b>227.538</b>	<b>22,5%</b>	<b>5,7%</b>



# Movimenti turistici in Piemonte – Andamento annuale ultimi 10 anni

## Andamento arrivi

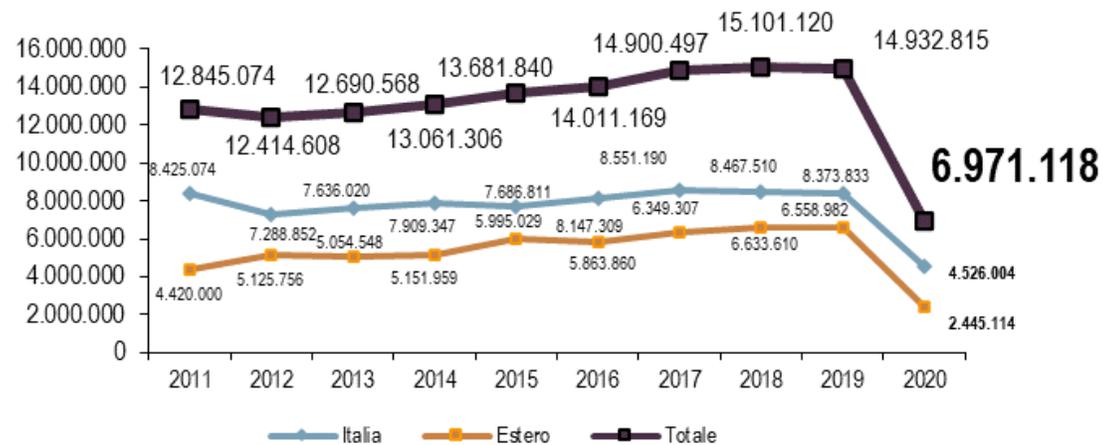


2020 vs 2011: -45,7%

2020 vs 2019: -53,3%

Provenienza	2020 vs 2019
Italia	-45,95%
Estero	-62,72%

## Andamento presenze 2011 - 2020



2020 vs 2011: -45,5%

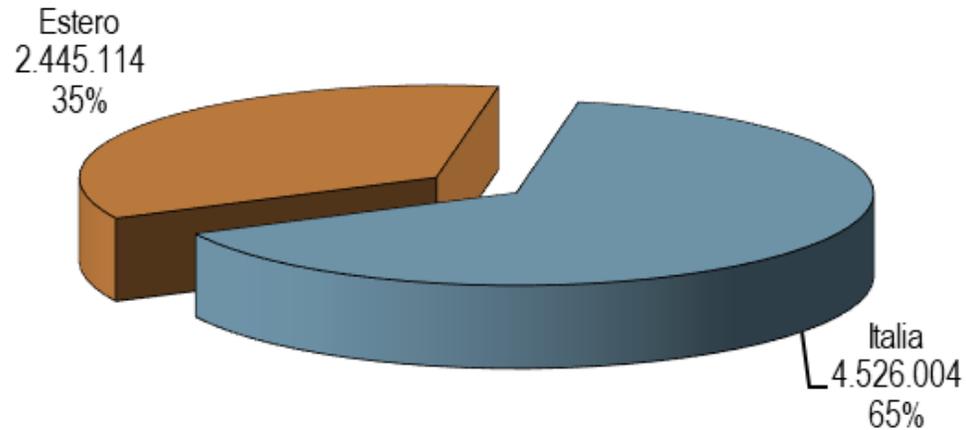
2020 vs 2019: -56,9%

Provenienza	2020 vs 2019
Italia	-50,66%
Estero	-66,59%



# Pernottamenti in Piemonte – Mercati

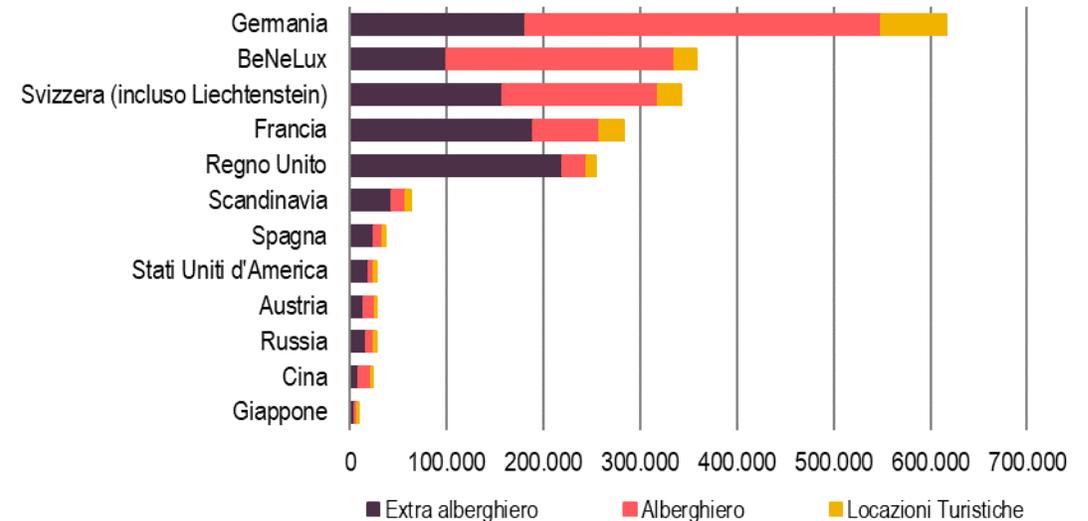
## 2020 Presenze



- La ripartizione dei pernottamenti presenta una maggiore **quota del mercato estero** rispetto alla quota degli arrivi (31%) che però, **si riduce al 35%** rispetto all'anno precedente in cui era pari al 44% mercato straniero.

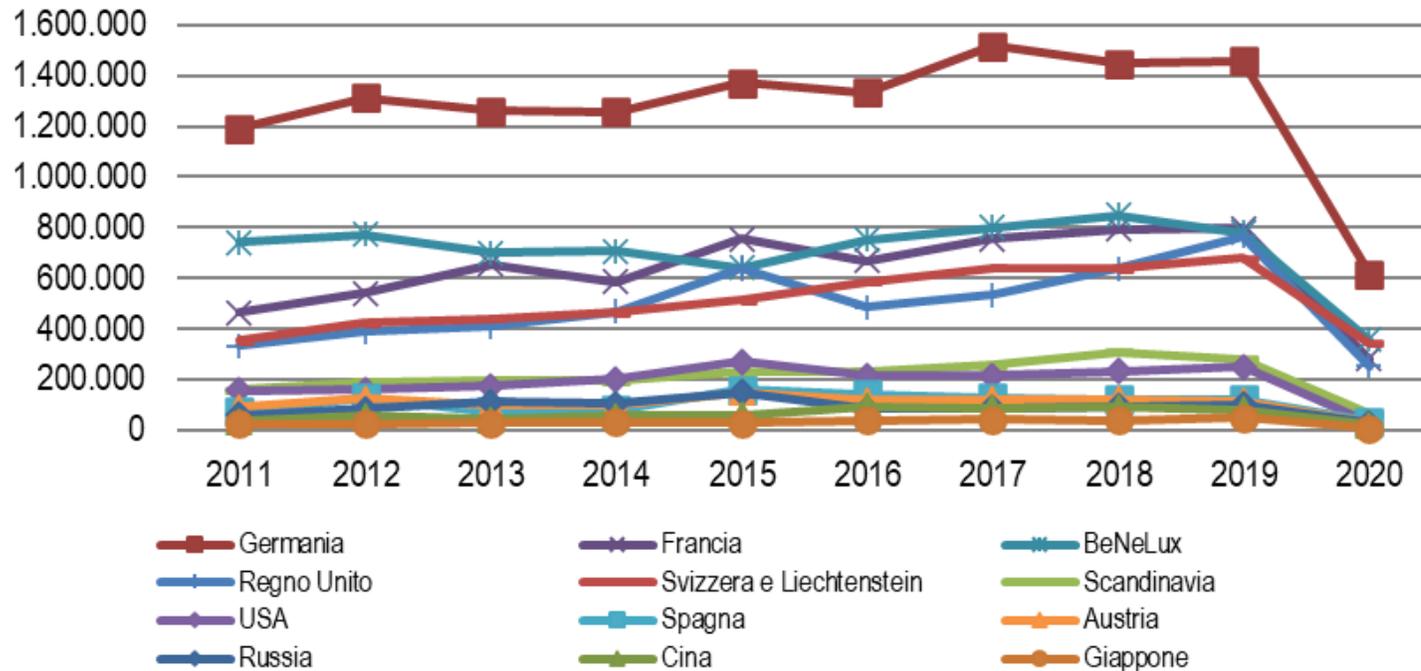
- La **Germania** è sempre il primo mercato estero e vale circa il **25% del totale estero**.
- A seguire **BeNeLux** e **Svizzera** con quota pari a **14,6%** e **14,0% rispettivamente**. La Francia scende al quarto posto rispetto all'anno precedente.

## 2020 Presenze - Paesi di Provenienza



# Movimenti turistici in Piemonte – Andamento dei Paesi Esteri

## Andamento delle Presenze - Paesi Esteri Principali



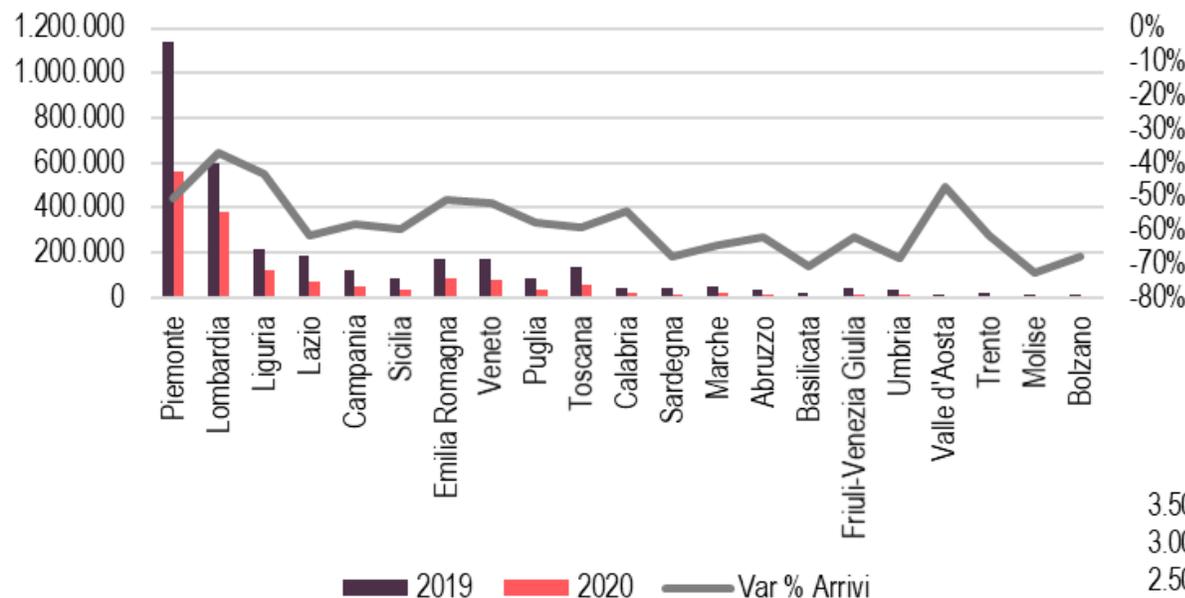
- **Germania** -60% arrivi e -58% presenze;
- **Francia** -64% di arrivi e -65% di presenze;
- **Svizzera** -52% di arrivi e -50% di presenze
- **Regno Unito** -69% di arrivi e -67% di presenze
- **Russia** -76% di arrivi e -73% di presenze.
- **USA** -91% di arrivi e -89% di presenze;
- **Cina** -88% di arrivi e -73% di presenze;

- **Scandinavia** -82% arrivi e -78% presenze;
- **BeNeLux** -52% di arrivi e -54% di presenze;



# Movimenti turistici in Piemonte – Andamento per regioni italiane

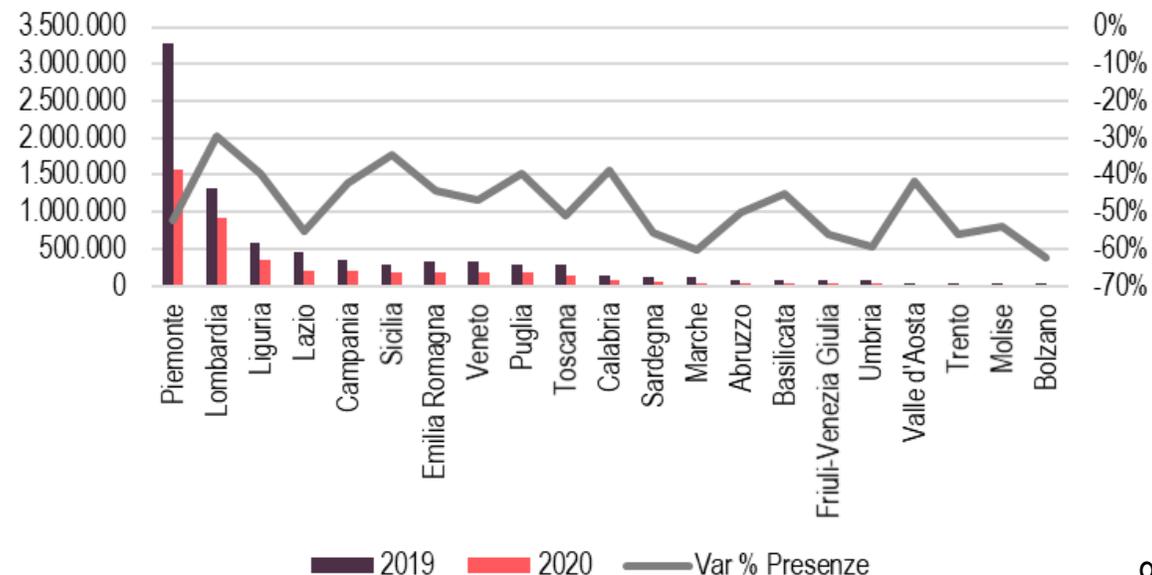
Arrivi - Regioni italiane di provenienza



La classifica delle regioni italiane di provenienza non si è modificata nelle prime tre posizioni:

1. **Piemonte** (turismo interno);
2. **Lombardia**
3. **Liguria**

Presenze - Regioni italiane di provenienza

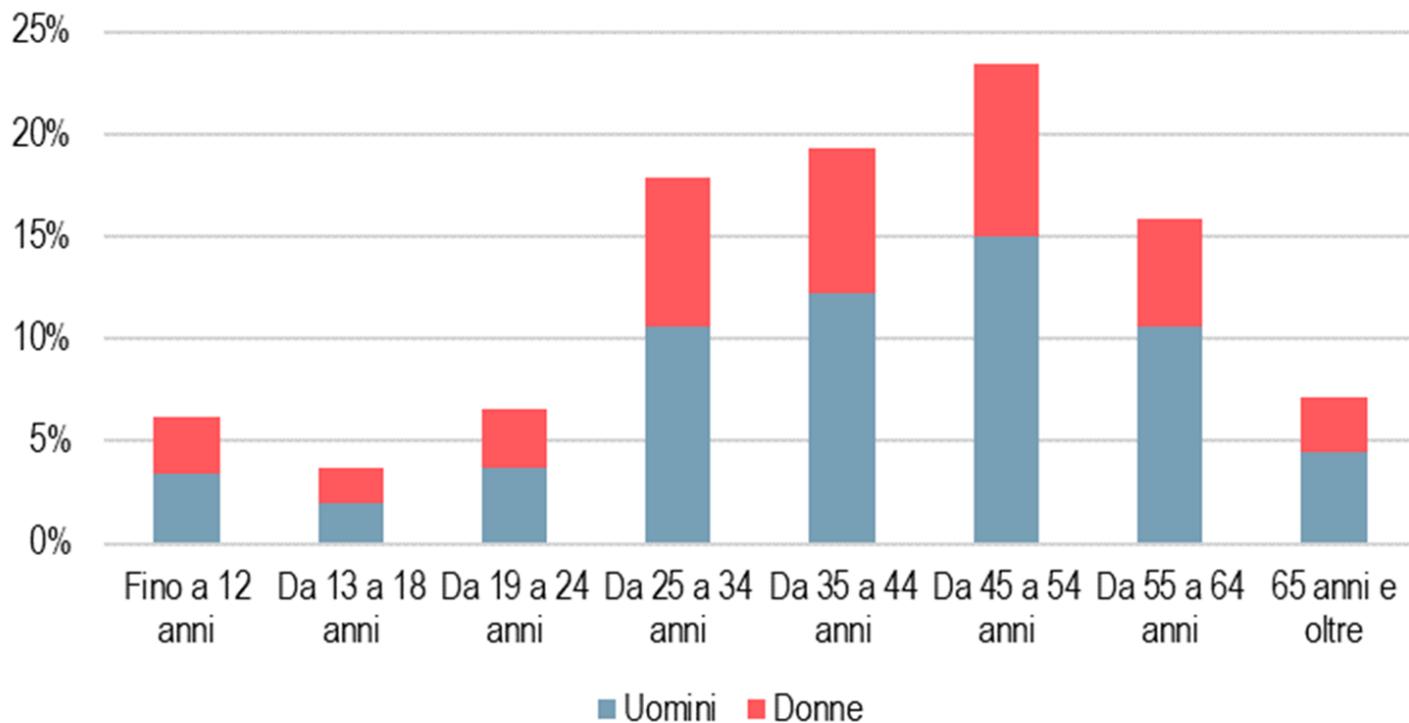


Il **turismo interno** si è sostanzialmente **dimezzato**.  
 La **Lombardia** è la regione italiana di provenienza che registra il **minor calo** di movimenti: **-37% di arrivi e -30% di pernottamenti**; a seguire i movimenti dalla **Liguria**.



# Movimenti turistici in Piemonte – Profilo di un campione

Profilo Demografico del turista

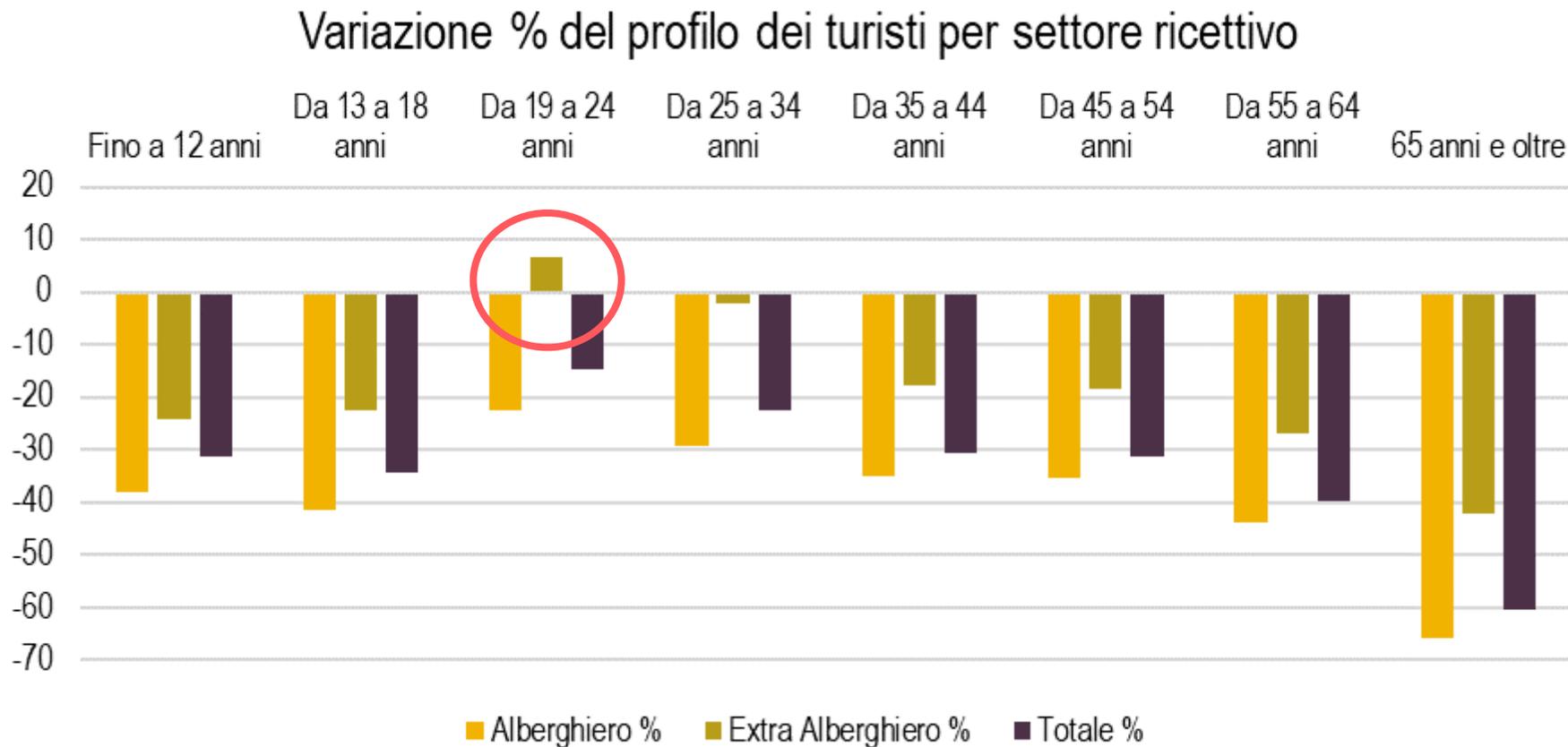


Nel 2020, dal campione di circa il 60% delle strutture che hanno inviato le statistiche del turismo attraverso la piattaforma Piemonte dati Turismo (ROSS 1000), emerge che :

- il profilo demografico dei visitatori è concentrato nelle fasce di età adulta:
  - ✓ **23% nella fascia 45-54 anni**
  - ✓ **19% da 35 a 44 anni e**
  - ✓ **18% tra 55 e 64 anni**
- il 6% di ospiti bambini fino a 12 anni conferma la fruizione da parte delle **famiglie, se pur in modo minore rispetto all'anno precedente con possibilità di ulteriore sviluppo di questo segmento.**



# Movimenti turistici in Piemonte – Profilo di un campione per segmento e tipologia ricettiva

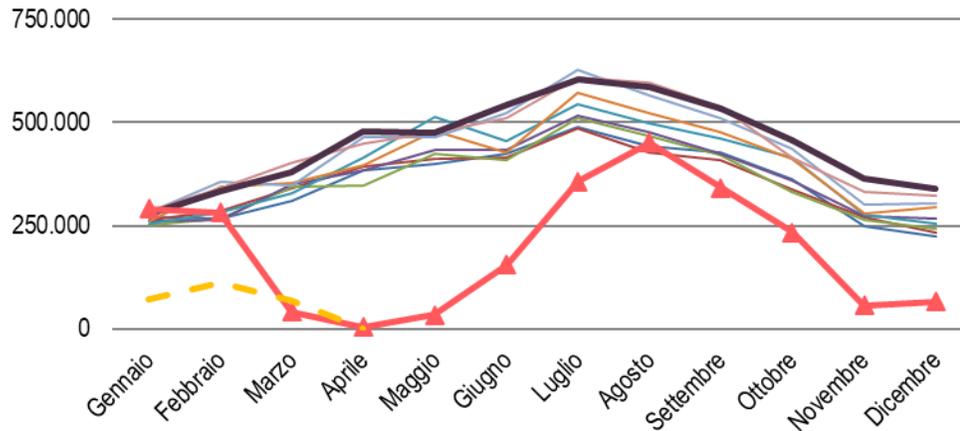


La contrazione degli arrivi è il risultato del calo dei turisti in tutti i segmenti di età anagrafica e in entrambi i settori ricettivi (le locazioni turistiche in questa analisi sono inserite dell'extra-alberghiero), tranne che per **il segmento dei giovani fra i 19 e 24 anni** nel comparto **extra-alberghiero** dove si registra un **aumento di circa il 6,5%**.



# Movimenti turistici in Piemonte – Andamento mensile

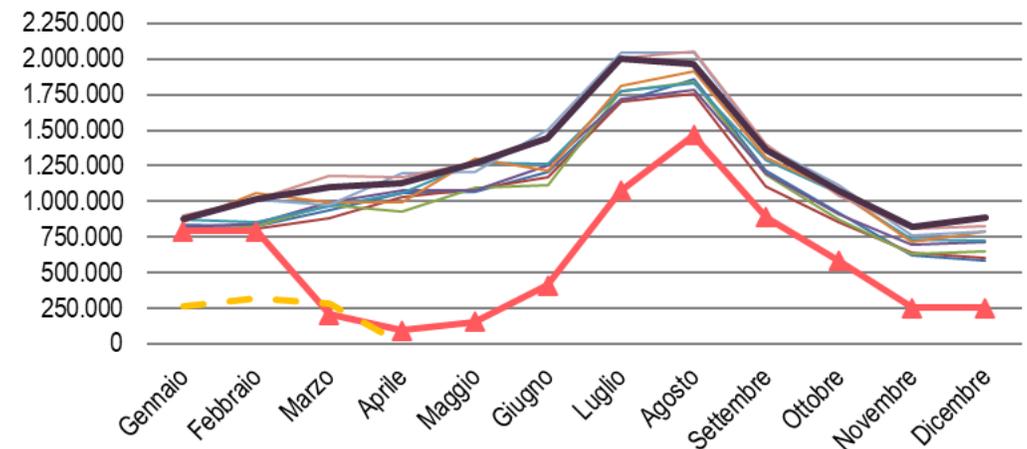
## Andamento arrivi mensili



- In questi due mesi la **contrazione degli arrivi** risulta pari a **-41,04%** e **-23,26%** e le **presenze** registrano **-46,31%** e **-25,37%** rispettivamente.
- Dal punto di vista della percentuale di variazione, dopo il mese di agosto, hanno registrato una **riduzione più contenuta i mesi di settembre e ottobre.**

- I **movimenti turistici** sono ovviamente **fortemente condizionati dalla mobilità** che nel 2020 è stata fortemente limitata a causa della pandemia.
- I mesi più rilevanti per i movimenti turistici in valore assoluto sono stati **luglio e agosto.**

## Andamento presenze mensili





**PIEMONTE**  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
**Piemonte**  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
**PIEMONTE**

 **REGIONE  
PIEMONTE**

 **PIEMONTE**  
valori comuni  
One region. Two & more.

# Focus Torino

## *Anno 2020*

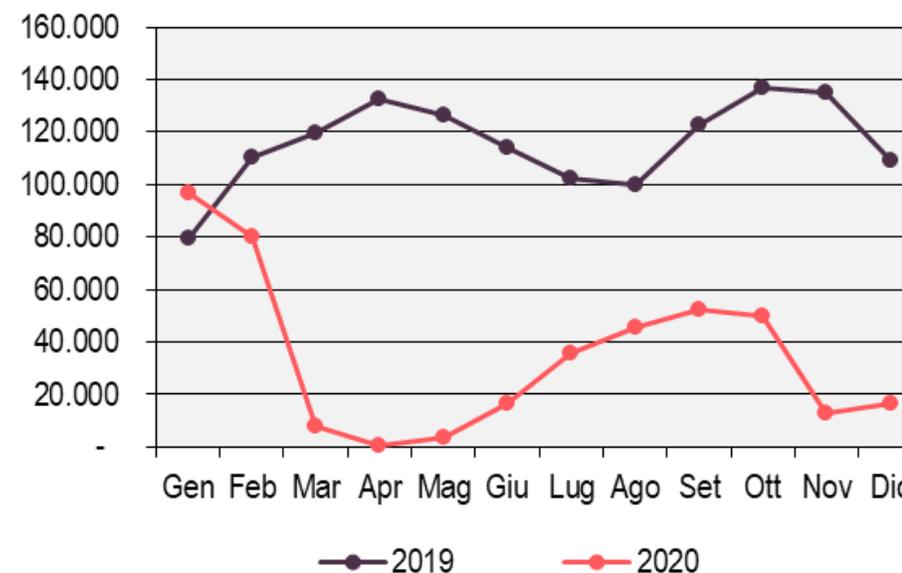


# Comune di Torino – Anno 2020 – Andamento mensile

ARRIVI

Anno	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOTALE
2019	79.686	110.456	119.745	132.413	126.673	114.108	102.286	99.949	122.716	136.975	134.885	109.185	1.389.077
2020	96.592	79.905	7.857	612	3.373	16.508	36.011	45.656	52.525	49.785	12.935	16.499	418.258
Differenza 20 su 19	16.906	- 30.551	-111.888	-131.801	-123.300	- 97.600	- 66.275	-54.293	- 70.191	- 87.190	-121.950	- 92.686	- 970.819
Differenza 20 su 19 [%]	<b>21,22%</b>	<b>-27,66%</b>	<b>-93,44%</b>	<b>-99,54%</b>	<b>-97,34%</b>	<b>-85,53%</b>	<b>-64,79%</b>	<b>-54,32%</b>	<b>-57,20%</b>	<b>-63,65%</b>	<b>-90,41%</b>	<b>-84,89%</b>	<b>-69,89%</b>

- A **gennaio** vi è stata una crescita rispetto allo stesso intervallo di tempo del 2019: **+21,22%**;
- Nei mesi di **marzo**, **aprile** e **maggio**, a causa del lockdown, si è rilevato un crollo degli arrivi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, rispettivamente: **-93,44%**, **-99,54%**, **-97,34%**;
- Una risalita graduale, seppur in perdita in confronto al 2019, è avvenuta nel periodo **estivo**, con il mese di **agosto** che ha visto la flessione minore: **-54,32%**;
- Una forte contrazione nei mesi è ricominciata ad **ottobre** e a seguire a **novembre** e **dicembre**, a causa delle restrizioni imposte dalle autorità nazionali, rispettivamente: **-90,41%** e **-84,89%**.

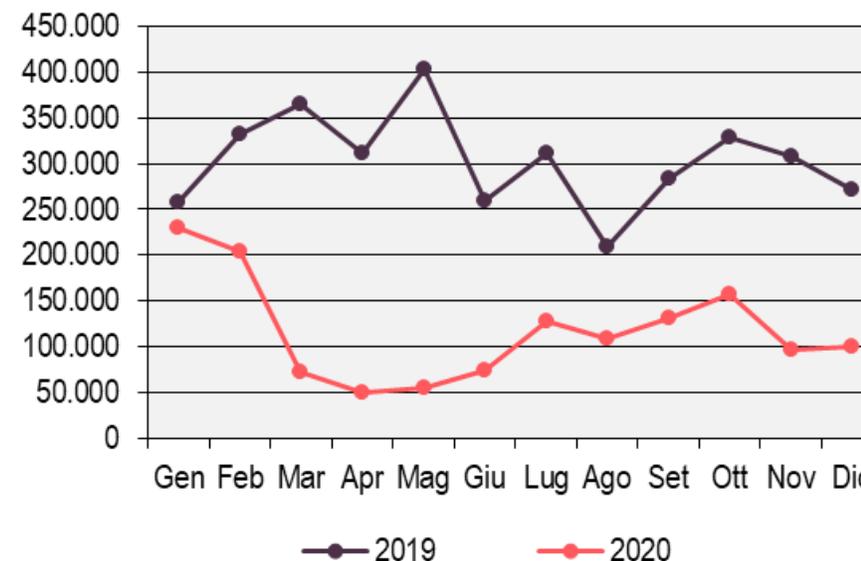


# Comune di Torino – Anno 2020 – Andamento mensile

## PRESENZE

Anno	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOTALE
2019	256.984	331.831	365.686	311.823	403.704	260.092	310.759	209.122	283.978	329.737	308.873	271.409	3.643.998
2020	230.117	203.891	71.864	49.208	54.292	73.780	128.354	108.866	130.753	156.393	95.996	99.494	1.403.008
Differenza 20 su 19	-26.867	-127.940	-293.822	-262.615	-349.412	-186.312	-182.405	-100.256	-153.225	-173.344	-212.877	-171.915	-2.240.990
Differenza 20 su 19 [%]	-10,45%	-38,56%	-80,35%	-84,22%	-86,55%	-71,63%	-58,70%	-47,94%	-53,96%	-52,57%	-68,92%	-63,34%	-61,50%

- A differenza degli arrivi, a **gennaio** vi è stata una perdita maggiore:
- **-10,45%**;
- Nei mesi di **marzo**, **aprile** e **maggio**, a causa del lockdown, si è rilevato un crollo delle presenze rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, rispettivamente: **-80,35%**, **-84,22%**, **-86,55%**;
- Una risalita graduale, seppur in perdita in confronto al 2019, è avvenuta nel periodo **estivo**, con il mese di **agosto** che ha visto la flessione minore: **-47,94%**;
- Una diminuzione maggiore, si è nuovamente verificata nei mesi di **novembre** e **dicembre**, a causa delle restrizioni imposte dalle autorità nazionali, rispettivamente: **-68,92%** e **-63,34%**.





**PIEMONTE**  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
**Piemonte**  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
**PIEMONTE**

 **REGIONE  
PIEMONTE**

 **PIEMONTE**  
valori comuni  
One region. Ten & more.

# Aree Prodotto

**Statistiche e analisi delle recensioni on-line  
Anno 2020**

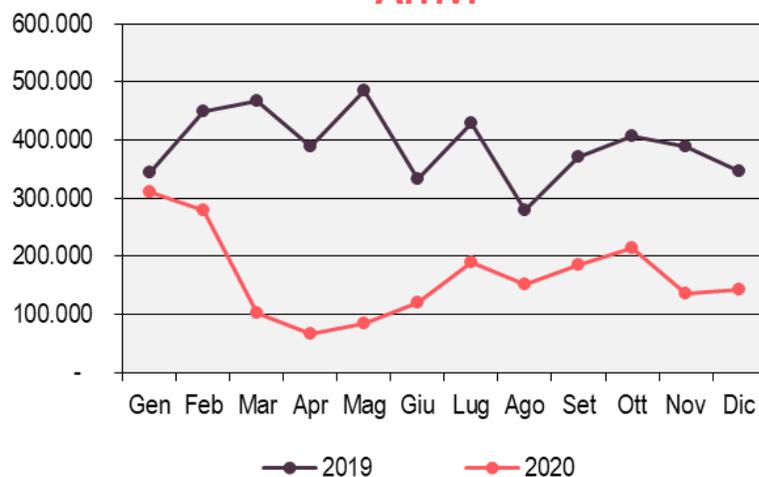


# Torino e prima cintura – Anno 2020 – Andamento mensile

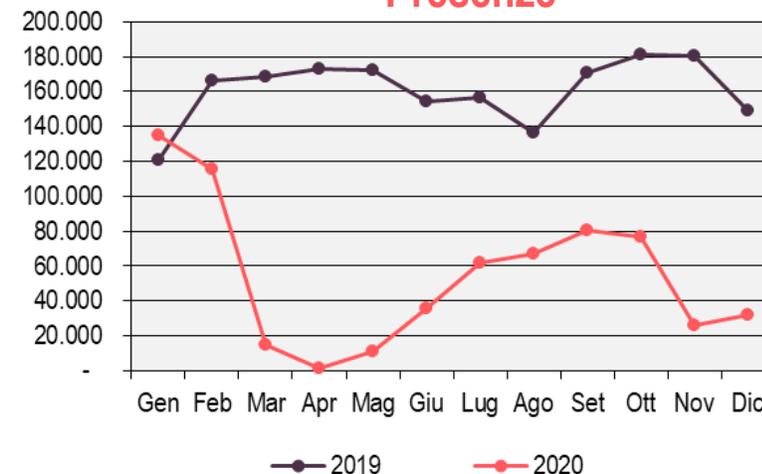
ARRIVI	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOTALE
2019	121.068	166.006	168.754	172.951	171.992	154.091	156.236	136.480	170.781	181.509	180.081	149.479	1.929.428
2020	134.861	115.712	14.702	1.677	11.407	35.422	61.680	67.105	80.216	76.492	25.732	32.206	657.212
differenza 20 su 19	13.793	- 50.294	- 154.052	- 171.274	- 160.585	- 118.669	- 94.556	- 69.375	- 90.565	- 105.017	- 154.349	- 117.273	- 1.272.216
differenza 20 su 19 [%]	11,39%	-30,30%	-91,29%	-99,03%	-93,37%	-77,01%	-60,52%	-50,83%	-53,03%	-57,86%	-85,71%	-78,45%	-65,94%

PRESENZE	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	TOTALE
2019	343.805	449.502	467.634	387.860	484.845	332.496	430.044	279.694	370.817	407.542	388.873	345.858	4.688.970
2020	310.451	278.771	102.020	65.656	85.256	120.877	189.932	152.304	186.317	213.677	136.155	141.862	1.983.278
differenza 20 su 19	- 33.354	- 170.731	- 365.614	- 322.204	- 399.589	- 211.619	- 240.112	- 127.390	- 184.500	- 193.865	- 252.718	- 203.996	- 2.705.692
differenza 20 su 19 [%]	-9,70%	-37,98%	-78,18%	-83,07%	-82,42%	-63,65%	-55,83%	-45,55%	-49,76%	-47,57%	-64,99%	-58,98%	-57,70%

Arrivi



Presenze



Una risalita graduale, seppur in perdita in confronto al 2019, è avvenuta nel periodo **estivo**, con il mese di **agosto** che ha visto la flessione minore: **-50,83% di arrivi e : -45,55% di presenze.**

# Sentiment Analysis – Torino e prima cintura vs Piemonte / Italia

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Torino AM

AREE A CONFRONTO  
Piemonte

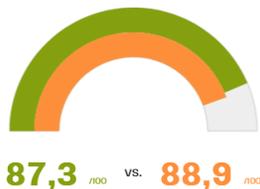
COMPARTI  
Ricettività

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

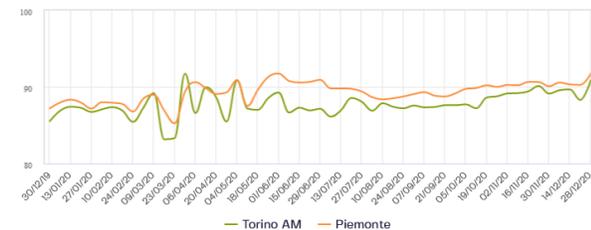
### SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Ma il sentiment della ricettività di **Torino e prima cintura** è leggermente più positivo rispetto al totale della ricettività in **Italia: 87,3/100 vs 87,1/100**.  
Nel 2020 è in crescita del 1,2% rispetto al 2019.

Il **sentiment** risulta essere più positivo per la **ricettività** del Piemonte, **88,9/100**, rispetto a quella di Torino e prima cintura, **87,3/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Torino AM

COMPARTI  
Ricettività

### SENTIMENT

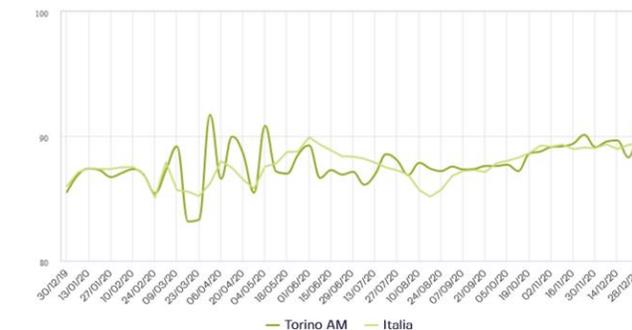
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM



87,1 /100 Italia

ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis – Torino e prima cintura vs Piemonte / Italia Comlessivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Torino AM

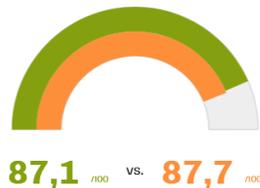
PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE A CONFRONTO  
Piemonte

## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM VS  
PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il valore del **sentiment** del prodotto turistico di Torino e prima cintura è pari a quello del totale Italia: **87,1/100**.

Ma il valore è maggiore rispetto al 2019: +1,2%.

Comlessivamente il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico del Piemonte rispetto a quello di Torino e prima cintura: **87,7/100 vs 87,1/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Torino AM

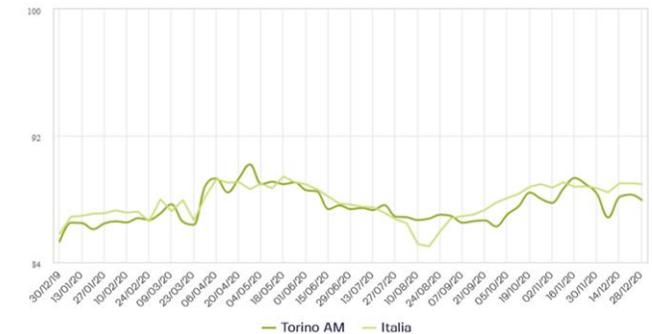
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis - Torino e prima cintura vs Milano

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Torino AM

AREE A CONFRONTO  
Milano

COMPARTI  
Ricettività

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM VS MILANO



87,3 /100 vs. 83,2 /100

ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il prodotto turistico **ricettivo** di Torino e prima cintura presenta un **sentiment** più positivo rispetto a Milano: **87,3/100 vs 83,2/100**.

# Sentiment Analysis - Torino e prima cintura vs Milano

## Complessivo

PERIODO

01/01/20 - 31/12/20

AREE

Torino AM

PERIODO A CONFRONTO

01/01/20 - 31/12/20

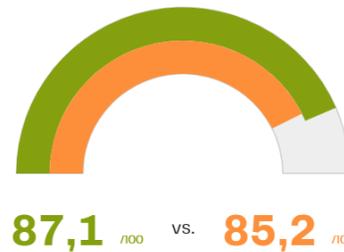
AREE A CONFRONTO

Milano

### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT TORINO AM VS MILANO



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



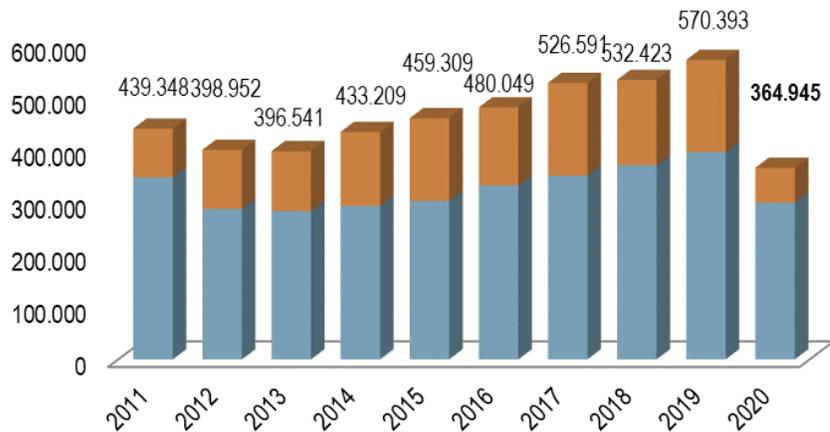
Il prodotto turistico di Torino e prima cintura presenta un **sentiment** più positivo rispetto a Milano:  
**87,1/100 vs 85,2/100.**



# Arrivi per aree Prodotto

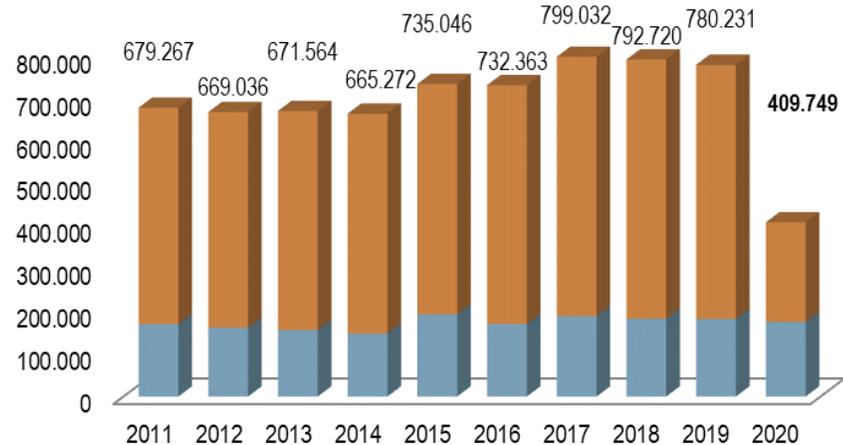
2020 vs 2019: -36,0%

Montagna Estiva - Arrivi



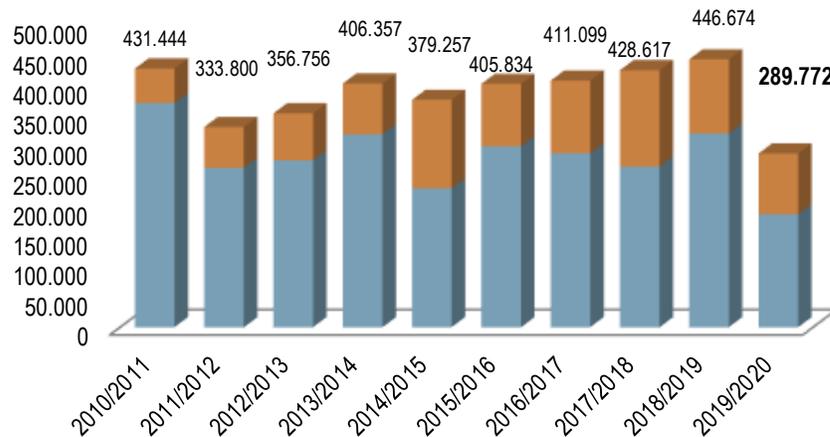
2020 vs 2019: -47,5%

Lacuale - Estate - Arrivi



2020 vs 2019: -35,1%

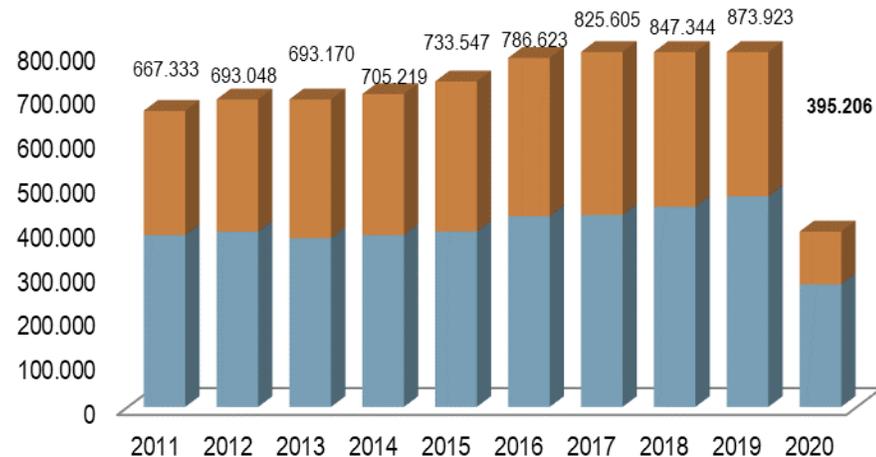
Montagna Invernale - Arrivi



Stranieri  
Italiani

2020 vs 2019: -54,8%

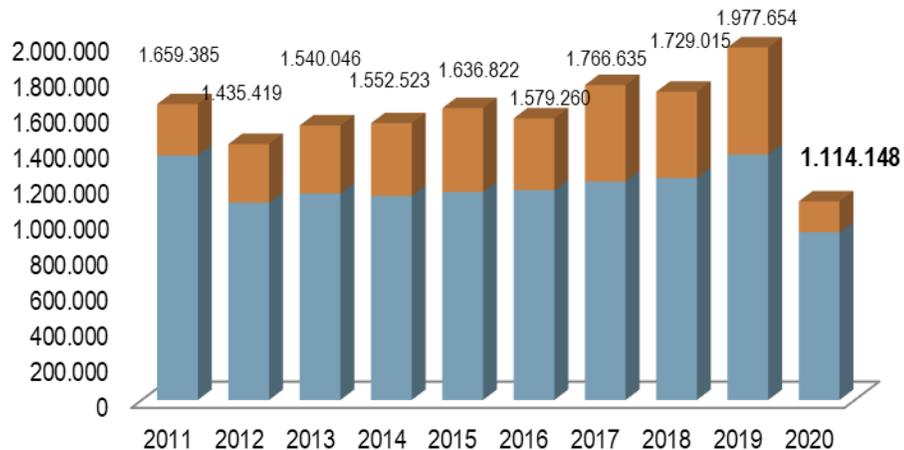
Colline - Arrivi



# Pernottamenti per aree Prodotto

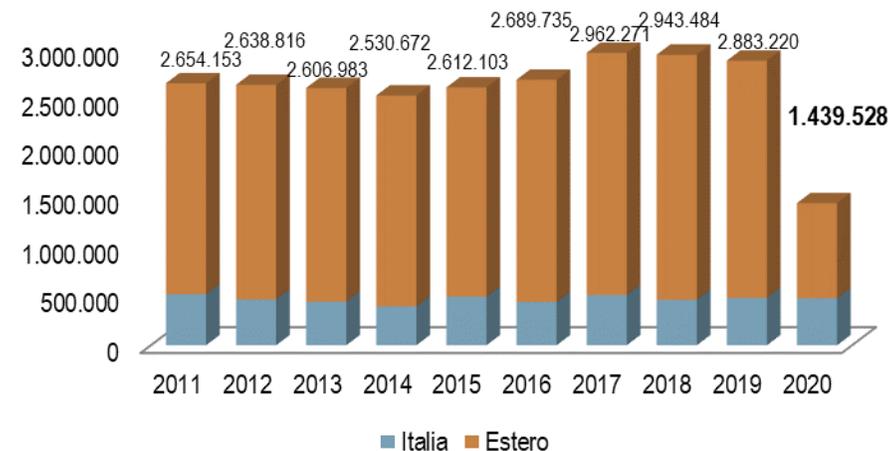
2020 vs 2019: -43,7%

Montagna Estiva - Presenze



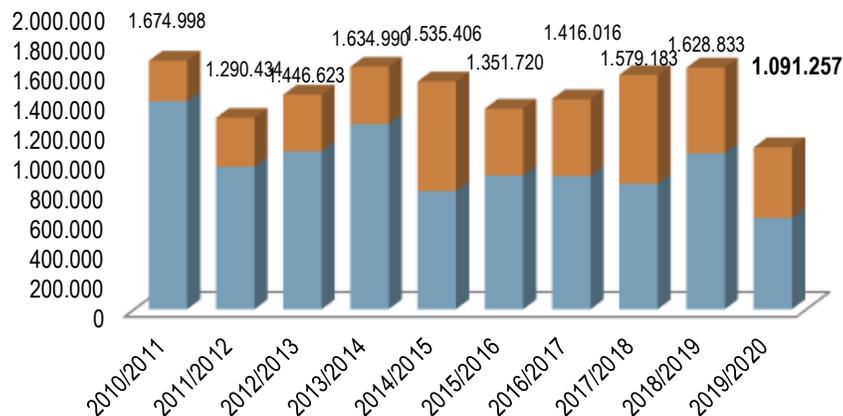
2020 vs 2019: -50,1%

Lacuale - Estate - Presenze



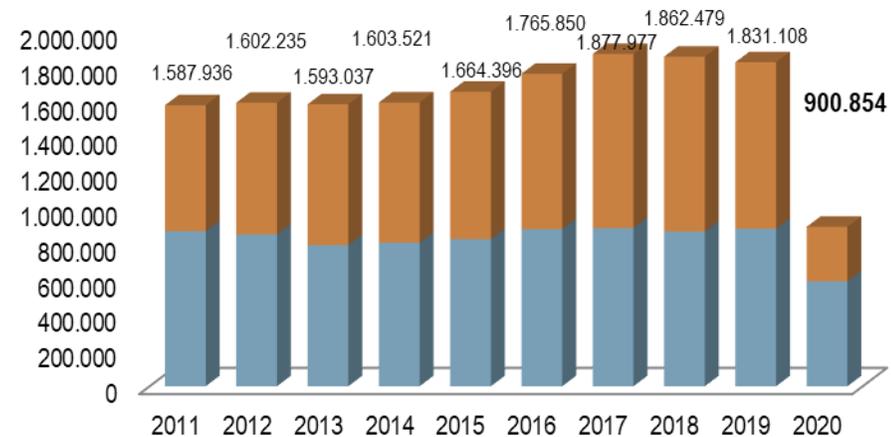
2020 vs 2019: -33,0%

Montagna Invernale - Presenze



2020 vs 2019: -50,8%

Colline - Presenze

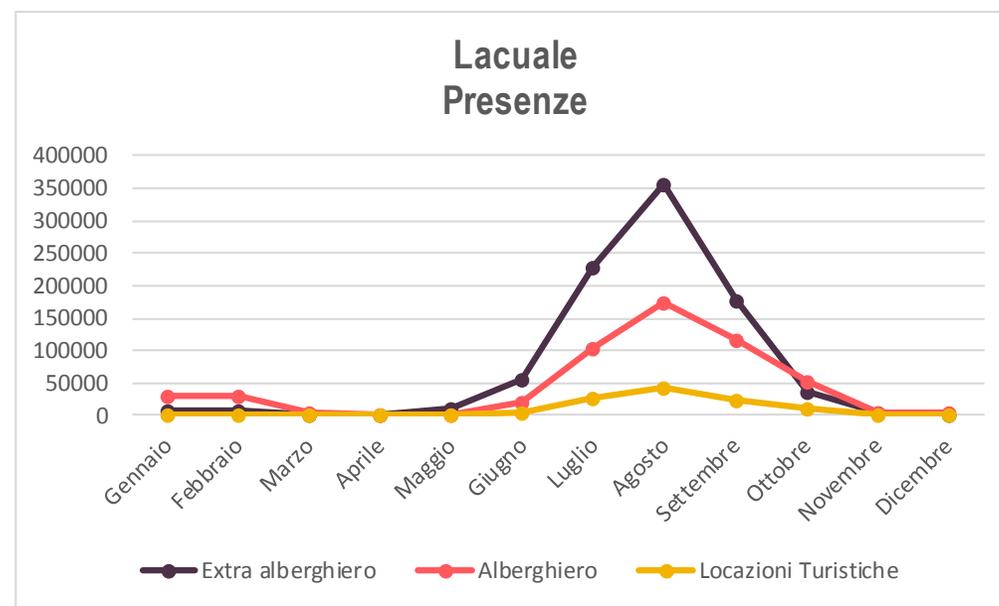
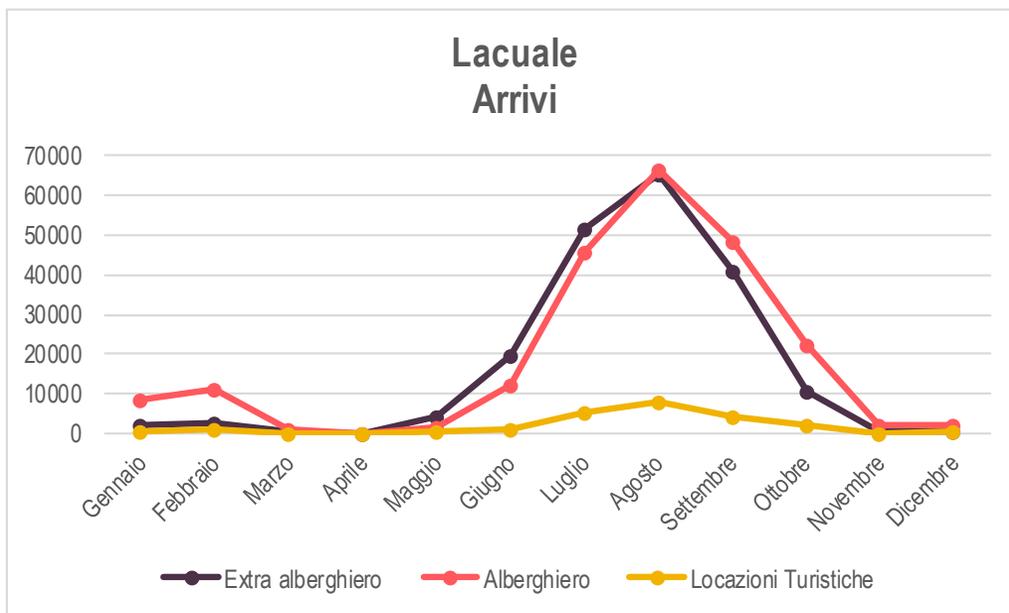


# Movimenti turistici in Piemonte – **Andamento mensile** per aree prodotte

## Lago

ARRIVI	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
<b>2019</b>	7.755	9.584	37.727	99.798	112.401	144.803	155.202	163.091	128.880	75.854	25.049	18.331	978.475
<b>2020</b>	10.482	14.060	1.692	111	5.430	32.847	102.573	139.887	93.817	35.195	2.376	2.645	441.115
<b>2020vs2019</b>	35,2%	46,7%	-95,5%	-99,9%	-95,2%	-77,3%	-33,9%	-14,2%	-27,2%	-53,6%	-90,5%	-85,6%	-54,9%

PRESENZE	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
<b>2019</b>	20.975	22.305	87.902	274.629	304.290	496.431	663.536	779.396	433.202	206.365	69.621	59.490	3.418.142
<b>2020</b>	40.428	41.611	5.315	1.177	12.771	80.732	358.618	575.793	315.778	95.836	9.872	9.294	1.547.225
<b>2020vs2019</b>	92,7%	86,6%	-94,0%	-99,6%	-95,8%	-83,7%	-46,0%	-26,1%	-27,1%	-53,6%	-85,8%	-84,4%	-54,7%



# Sentiment Analysis – Lago vs Piemonte / Italia

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Laghi

COMPARTI  
Ricettività

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

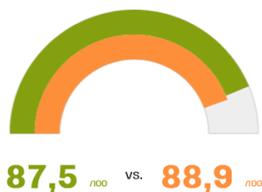
AREE A CONFRONTO  
Piemonte

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

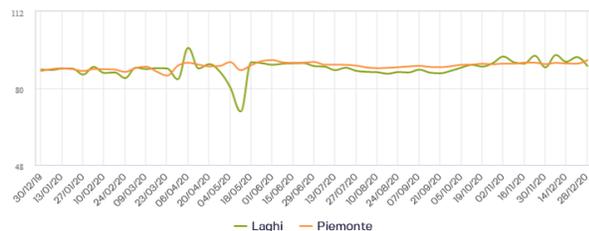
### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LAGHI VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico **ricettivo** del **Lago**, **87,5/100** (-0,3% rispetto al 2019) in confronto all'Italia, **87,1/100**.

Il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico **ricettivo** del **Piemonte**, **88,9/100**, rispetto al **Lago**, **87,5/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Laghi

COMPARTI  
Ricettività

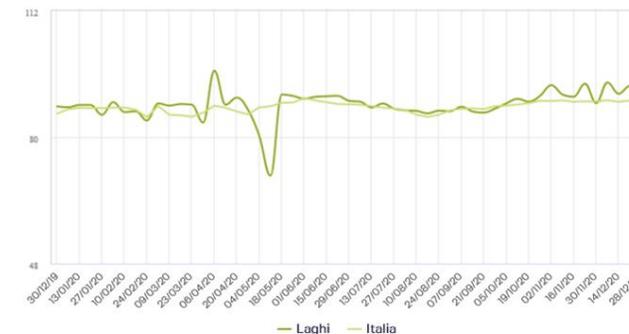
### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LAGHI



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis – Lago vs Piemonte / Italia Compressivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE

Laghi

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

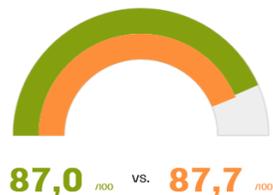
AREE A CONFRONTO

Piemonte

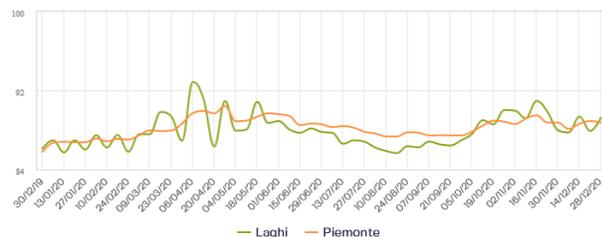
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LAGHI VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il **sentiment** risulta essere leggermente più positivo per il prodotto turistico dell'**Italia**, **87,1/100**, in confronto al **Lago**, **87/100** (-0,2% rispetto al 2019).

Il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico del **Piemonte**, **87,7/100**, rispetto al **Lago**, **87/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE

Laghi

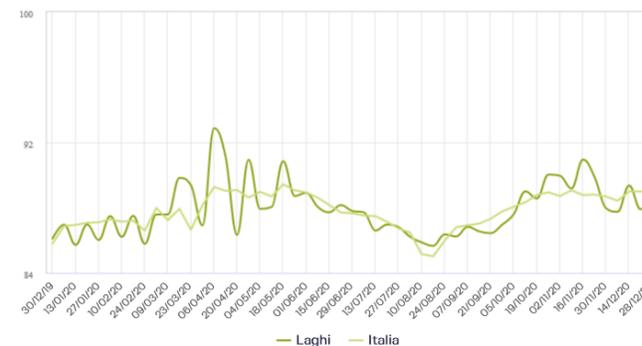
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LAGHI



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io

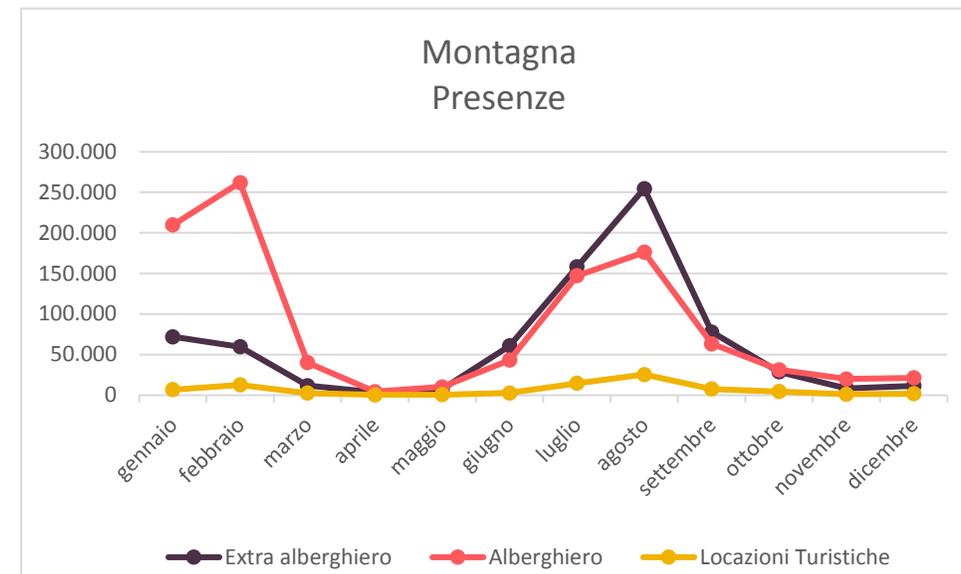
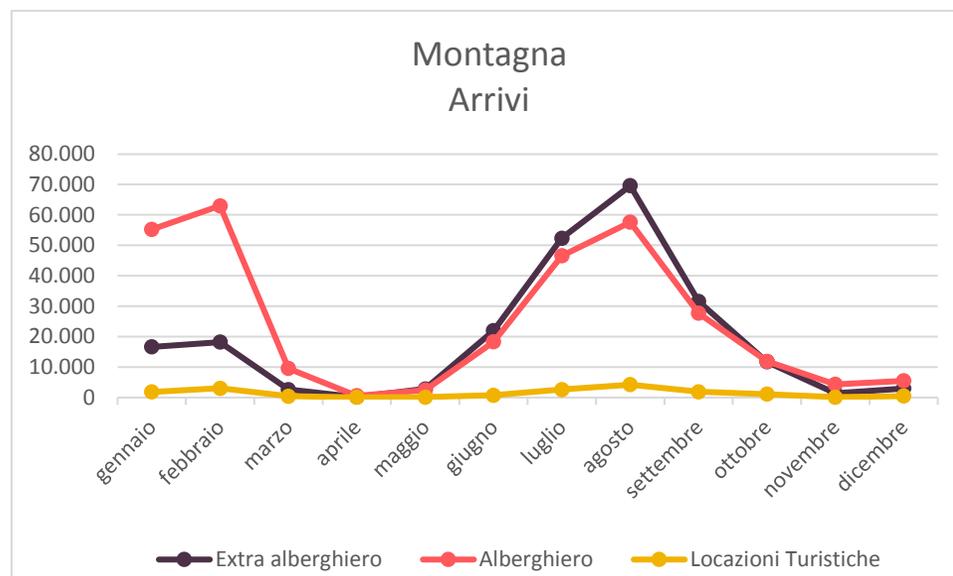


# Movimenti turistici in Piemonte – **Andamento mensile** per aree prodotte

## Montagna

ARRIVI	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
2019	81.453	87.442	88.573	89.900	63.093	102.444	136.288	145.686	75.427	47.455	33.842	84.797	1.036.400
2020	73.690	84.196	12.512	735	5.340	40.984	101.468	131.388	61.088	24.677	5.863	8.915	550.856
2020vs2019	-9,5%	-3,7%	-85,9%	-99,2%	-91,5%	-60,0%	-25,5%	-9,8%	-19,0%	-48,0%	-82,7%	-89,5%	-46,8%

PRESENZE	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Totale
2019	357.489	385.459	357.077	237.591	218.223	316.169	544.394	548.401	216.923	133.544	115.251	290.563	3.721.084
2020	288.564	334.328	54.256	8.295	18.092	106.903	319.909	456.125	148.710	64.409	29.580	34.524	1.863.695
2020vs2019	-19,3%	-13,3%	-84,8%	-96,5%	-91,7%	-66,2%	-41,2%	-16,8%	-31,4%	-51,8%	-74,3%	-88,1%	-49,9%



# Sentiment Analysis – Montagna vs Piemonte / Italia

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Montagne

COMPARTI  
Ricettività

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

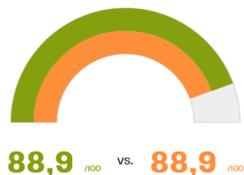
AREE A CONFRONTO  
Piemonte

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

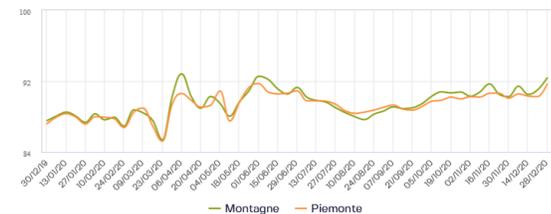
### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico **ricettivo** della **Montagna piemontese** rispetto all'**Italia**: **88,9/100** vs **87,1/100** in aumento rispetto al 2019 (+0,1%).

Il **sentiment** del prodotto turistico **ricettivo** della **Montagna** è analogo a quello del **Piemonte**: pari a **88,9/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Montagne

COMPARTI  
Ricettività

### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis – Montagna vs Piemonte / Italia Comlessivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

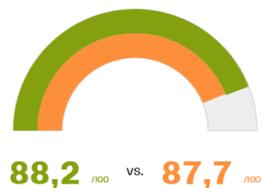
AREE  
Montagne

AREE A CONFRONTO  
Piemonte

## SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE VS  
PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il **sentiment** del prodotto turistico della Montagna risulta in crescita del 0,6% rispetto al 2019. Il valore è migliore rispetto all'Italia, **87,1/100**.

Complessivamente il prodotto turistico della Montagna presenta un valore di **sentiment** più positivo rispetto all'intero Piemonte: **88,2/100** vs **87,7/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Montagne

## SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis – Montagna vs Trentino Alto Adige

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Montagne

AREE A CONFRONTO  
Trentino

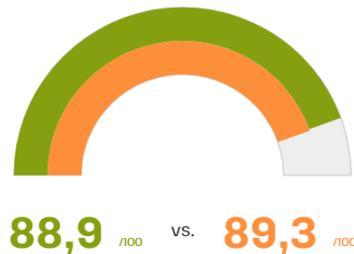
COMPARTI  
Ricettività

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE VS TRENTINO



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il prodotto turistico **ricettivo** del Trentino Alto - Adige presenta un **sentiment** più positivo rispetto alla Montagna piemontese: **89,3/100 vs 88,9/100**.



# Sentiment Analysis – Montagna vs Trentino Alto Adige Complessivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Montagne

AREE A CONFRONTO  
Trentino

## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT MONTAGNE VS  
TRENTINO



88,2 /100 vs. 88,8 /100

ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il prodotto turistico del Trentino Alto - Adige presenta un *sentiment* più positivo rispetto alla Montagna piemontese: **88,8/100 vs 88,2/100**.

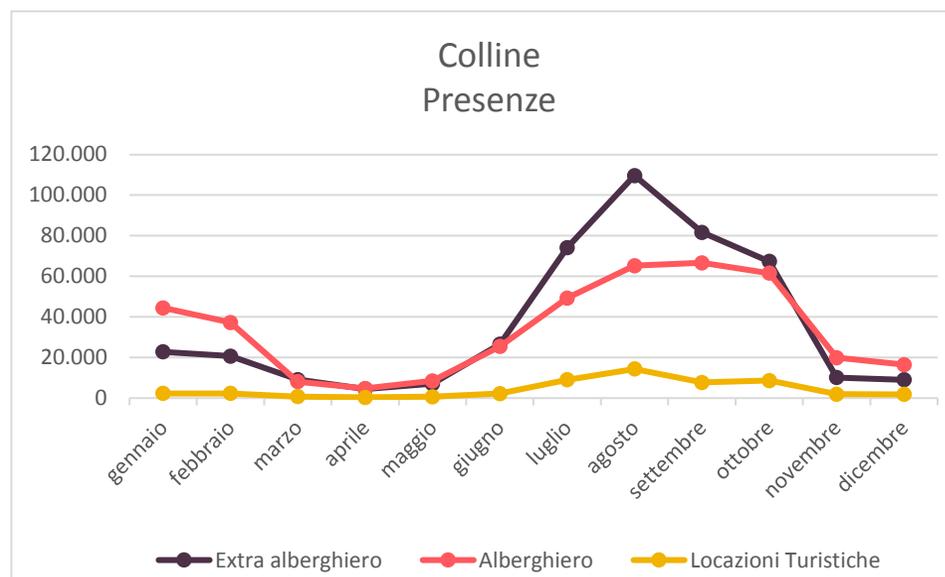
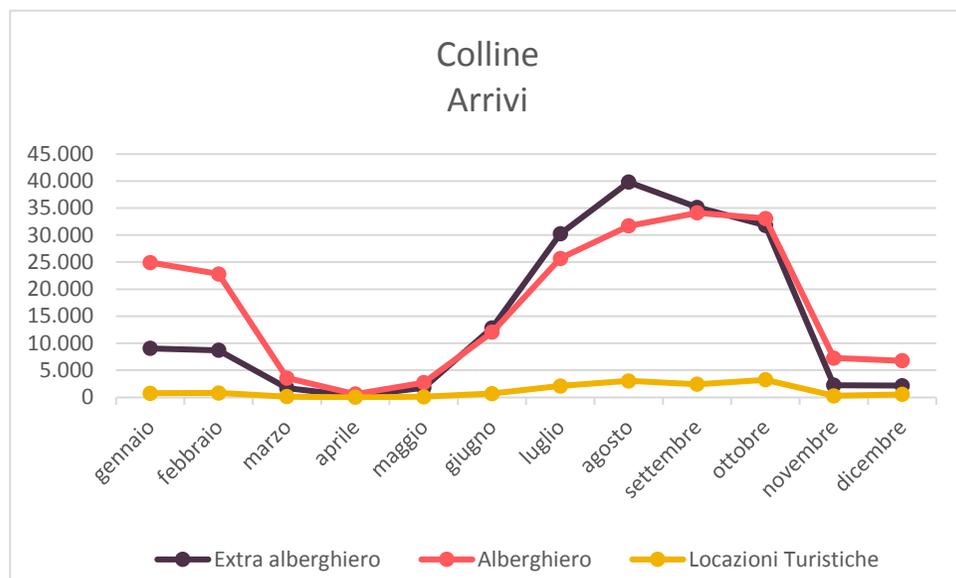


# Movimenti turistici in Piemonte – **Andamento mensile** per aree prodotte

## Colline

ARRIVI	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	Totale
<b>2019</b>	34.312	35.485	44.621	71.360	79.837	90.097	99.308	85.622	100.696	104.505	82.913	45.167	873.923
<b>2020</b>	34.721	32.314	5.403	873	4.624	25.593	58.037	74.527	71.685	68.103	9.823	9.503	395.206
<b>2020 vs 2019</b>	1,2%	-8,9%	-87,9%	-98,8%	-94,2%	-71,6%	-41,6%	-13,0%	-28,8%	-34,8%	-88,2%	-79,0%	-54,8%

PRESENZE	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	Totale
<b>2019</b>	72.163	72.460	87.703	134.122	157.371	189.080	230.534	213.532	216.022	212.368	155.641	90.112	1.831.108
<b>2020</b>	69.431	60.080	17.817	9.437	16.094	54.073	132.289	189.075	155.930	137.517	31.876	27.235	900.854
<b>2020 vs 2019</b>	-3,8%	-17,1%	-79,7%	-93,0%	-89,8%	-71,4%	-42,6%	-11,5%	-27,8%	-35,2%	-79,5%	-69,8%	-50,8%



# Sentiment Analysis – Colline vs Piemonte / Italia

## Ricettività

<b>PERIODO</b> 01/01/20 - 31/12/20	<b>AREE</b> Colline	<b>COMPARTI</b> Ricettività
<b>PERIODO A CONFRONTO</b> 01/01/20 - 31/12/20	<b>AREE A CONFRONTO</b> Piemonte	<b>COMPARTI A CONFRONTO</b> Ricettività

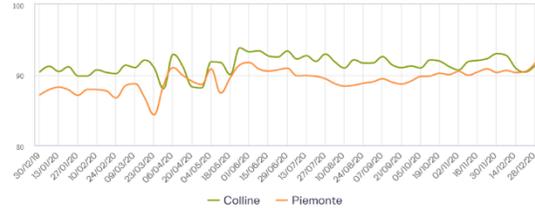
### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL STUDIO [www.datappeal.io](http://www.datappeal.io)

Il **sentiment** risulta essere più positivo per il prodotto turistico **ricettivo** della **Collina piemontese** rispetto all'**Italia**: **91,6/100** vs **87,1/100** in aumento rispetto al 2019 (+0,4%).

Il **sentiment** del prodotto turistico **ricettivo** della Collina è più positivo rispetto a quello del Piemonte: **91,6/100** vs **88,9/100**.

<b>PERIODO</b> 01/01/20 - 31/12/20	<b>AREE</b> Colline	<b>COMPARTI</b> Ricettività
---------------------------------------	------------------------	--------------------------------

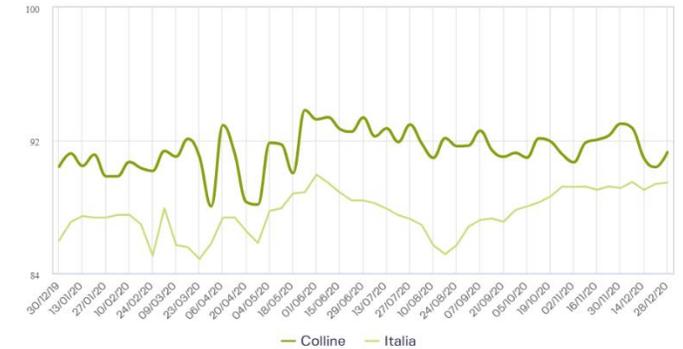
### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE



ANDAMENTO



DATA APPEAL STUDIO [www.datappeal.io](http://www.datappeal.io)

# Sentiment Analysis – Colline vs Piemonte / Italia Comlessivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Colline

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE A CONFRONTO  
Piemonte

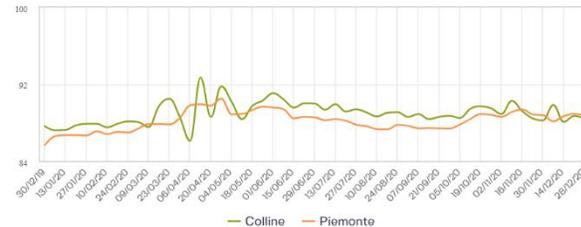
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE VS PIEMONTE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il **sentiment** del prodotto turistico della **Collina** risulta in crescita del 0,6% rispetto al 2019. Il valore è migliore rispetto all'**Italia**, **87,1/100**.

Comlessivamente il prodotto turistico della **Collina** presenta un valore di **sentiment** più positivo rispetto all'intero **Piemonte**: **88,8/100** vs **87,7/100**.

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Colline

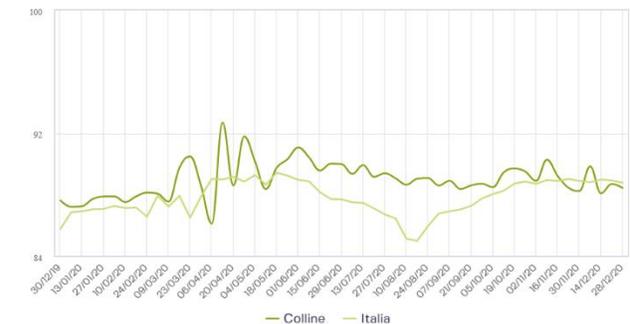
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Sentiment Analysis – Colline vs Chianti

## Ricettività

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

AREE  
Colline

COMPARTI  
Ricettività

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

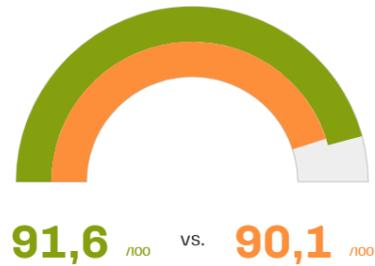
AREE A CONFRONTO  
Z. Chianti

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

### 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE VS Z. CHIANTI



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il prodotto turistico **ricettivo** della **Collina piemontese** presenta un **sentiment** più positivo rispetto alla zona del **Chianti**: **91,6/100 vs 90,1/100**.



# Sentiment Analysis – Colline vs Chianti Complessivo

PERIODO  
01/01/20 - 31/12/20

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/20 - 31/12/20

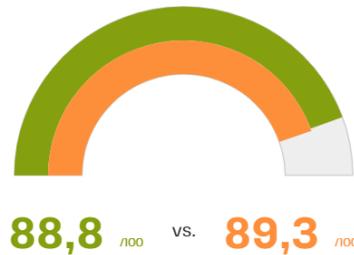
AREE  
Colline

AREE A CONFRONTO  
Z. Chianti

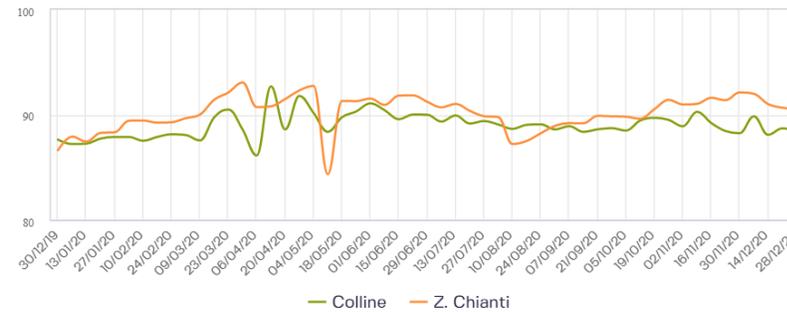
## 😊 SENTIMENT

Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT COLLINE VS Z. CHIANTI



ANDAMENTO



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



Il prodotto turistico della zona del Chianti presenta un **sentiment** più positivo rispetto alla Collina piemontese: **89,3/100 vs 88,8/100**.





PIEMONTE  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
Piemonte  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
PIEMONTE

REGIONE  
PIEMONTE

PIEMONTE  
valori comuni  
Una regione, un'idea

**ATL**

**Statistiche, recensioni on-line e  
*sentiment analysis***

**Anno 2020**



# Movimenti per territorio - ATL

Territorio	2019		2020		2020 vs 2019	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ATL Turismo Torino e Provincia	2.572.383	7.233.639	942.882	3.031.133	-63,3%	-58,1%
ATL Distretto Turistico dei Laghi	1.121.902	3.780.078	524.389	1.782.099	-53,3%	-52,9%
ATL del Cuneese	371.228	1.108.926	224.761	673.834	-39,5%	-39,2%
ATL Langhe Monferrato Roero	546.924	1.162.462	249.468	561.630	-54,4%	-51,7%
ATL Alexala	326.999	668.646	145.738	339.224	-55,4%	-49,3%
ATL Biella Valsesia e del Vercellese	193.298	509.710	112.096	332.174	-42,0%	-34,8%
ATL di Novara	239.507	469.354	114.514	251.024	-52,2%	-46,5%
<b>Totale Piemonte</b>	<b>5.372.241</b>	<b>14.932.815</b>	<b>2.313.848</b>	<b>6.971.118</b>	<b>-56,9%</b>	<b>-53,3%</b>



# Monitoraggio delle recensioni on-line – Le componenti dell’offerta per ATL

ATL	Punti di Interesse (Ristorazione)	Punti di Interesse (Attrazioni)	Punti di Interesse (Ricettività)	Punti di Interesse (Totale)
Alexala	2.200	256	663	3.1K
Biella Valsesia Vercelli	1.700	232	411	2.3K
Cuneese	2.300	350	749	3.4K
Distretto Laghi	1.300	211	746	2.3K
Langhe Monferrato Roero	2.400	343	1.300	4.1K
Novara	1.500	252	236	2K
Turismo Torino e Provincia	10.700	1.200	1.700	13.6K

ATL	C.M. (Variazione % 20vs19) - Ristorazione	C.M. (Variazione % 20vs19) - Attrazioni	C.M. (Variazione % 20vs19) - Ricettività	C.M. (Variazione % 20vs19) - Totale
Alexala	73.300 (-27,8%)	5.700 (-46,6%)	15.900 (-51,7%)	94.9K (-34,6%)
Biella Valsesia Vercelli	48.400 (-33,2%)	5.900 (-45,5%)	11.700 (-41,5%)	65.9K (-36,1%)
Cuneese	69.900 (-27,6%)	10.900 (-49,2%)	21.100 (-38,8%)	101.9K (-33,2%)
Distretto Laghi	51.900 (-30,3%)	8.700 (-23,7%)	39.700 (-50,1%)	100.3K (-39,3%)
Langhe Monferrato Roero	81.400 (-31%)	6.800 (-57,8%)	35.900 (-47,2%)	124.1K (-38,6%)
Novara	60.100 (-24,5%)	7.700 (-32%)	11.300 (-53,6%)	79K (-31,4%)
Turismo Torino e Provincia	434.700 (-34,1%)	61.400 (-43,7%)	91.500 (-56,3%)	587.6K (-40%)





## Il *Sentiment* per i prodotti dei territori delle ATL

ATL	Sentiment Analysis (Variazione %'20 -'19)	Sentiment Analysis – Italia
Alexala	87,3/100 (+0,5%)	87,1/100
Biella Valsesia Vercelli	88,1/100 (+1,2%)	87,1/100
Cuneese	89,2/100 (+0,3%)	87,1/100
Distretto Laghi	87,8/100 (-0,1%)	87,1/100
Langhe Monferrato Roero	89,9/100 (+0,4%)	87,1/100
Novara	86,6/100 (+0,8%)	87,1/100
Turismo Torino e Provincia	87,2/100 (+1,1%)	87,1/100

- Il *sentiment* risulta essere più positivo in **Italia, 87,1/100**, rispetto a **Novara, 86,6/100** che però ha **migliorato l'indicatore di +0,8%** rispetto al 2019;
- È superiore, invece, nelle restanti **ATL** e le **Langhe Monferrato Roero, 89,9/100** con il **Cuneese, 89,2/100** presentano il sentiment più positivo;
- **Biella Valsesia Vercelli, +1,2%**, e **Turismo Torino e Provincia, +1,1%**, hanno registrato la crescita maggiore in confronto al 2019;
- **Distretto dei Laghi**, invece, ha registrato una lieve flessione rispetto all'anno precedente: **-0,1%**.



## Monitoraggio delle recensioni on-line

### Chi sono i clienti della ricettività che scrivono

ATL	Coppie	Famiglie
Alexala	51,7%	25,9%
Biella Valsesia Vercelli	47,2%	24,6%
Cuneese	49,7%	24,2%
Distretto Laghi	60,6%	21,7%
Langhe Monferrato Roero	62,5%	16,6%
Novara	45,1%	29,1%
Turismo Torino e Provincia	43,1%	26,5%

- Le recensioni sono elaborate principalmente dalle **coppie**, con **Langhe Monferrato Roero** che detiene la leadership: **62,5%**;
- A seguire, vi sono le **famiglie**, con in testa **Novara**: **29,1%**.





## Monitoraggio delle recensioni on-line

### Quali sono i canali che utilizzano i clienti della ricettività

RICETTIVITÀ

ATL	Canali	Social
Alexala	Booking - Google	Facebook - Twitter
Biella Valsesia Vercelli	Booking - Google	Facebook - Twitter
Cuneese	Booking - Google	Facebook - Twitter
Distretto Laghi	Booking - Google	Facebook - Pinterest
Langhe Monferrato Roero	Booking - Google	Facebook - Twitter
Novara	Booking - Google	Facebook - Twitter
Turismo Torino e Provincia	Booking - Google	Facebook - Twitter

- Tra i canali più utilizzati, primeggiano Booking e Google;
- Tra i social, invece, Facebook e Twitter, ad eccezione del Distretto Laghi in cui emerge Pinterest.



## Monitoraggio delle recensioni on-line

### Quali sono i giudizi dei clienti della ricettività

ATL	Giudizio Positivo	Giudizio Negativo
Alexala	Accoglienza	Bagno
Biella Valsesia Vercelli	Staff	Bagno
Cuneese	Staff	Bagno
Distretto Laghi	Staff	Bagno
Langhe Monferrato Roero	Proprietario e Staff	Bagno
Novara	Staff	Bagno
Turismo Torino e Provincia	Staff	Bagno

- Lo **staff** è l'argomento che possiede più **giudizi positivi** e, legato ad esso, emergono anche l'**accoglienza** e il **proprietario**;
- Il **bagno** contiene la maggior parte dei **giudizi negativi**.



## Il *Sentiment* per i prodotti dei territori delle ATL

### Ricettività

ATL	Sentiment Analysis (Variazione %'20 -'19)	Sentiment Analysis – Italia
Alexala	90,1/100 (+0,3%)	87,1/100
Biella Valsesia Vercelli	90,3/100 (+0,4%)	87,1/100
Cuneese	90,5/100 (-0,3%)	87,1/100
Distretto Laghi	87,8/100 (-0,4%)	87,1/100
Langhe Monferrato Roero	92,4/100 (+0,2%)	87,1/100
Novara	87,4/100 (+0,1%)	87,1/100
Turismo Torino e Provincia	87,4/100 (+0,9%)	87,1/100

- Il *sentiment* risulta essere più positivo in tutte le ATL rispetto all'Italia, **87,1/100**, e le **Langhe Monferrato Roero**, **92,4/100** con il **Cuneese**, **90,5/100** riportano i valori più positivi;
- **Turismo Torino e Provincia**, **+0,9%**, ha registrato la crescita maggiore in confronto al 2019;
- **Distretto Laghi**, **-0,4%**, e **Cuneese**, **-0,3%**, hanno registrato un leggero calo rispetto all'anno precedente.





**PIEMONTE**  
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit  
**Piemonte**  
REGIONAL MARKETING  
AND PROMOTION

UNIONCAMERE  
**PIEMONTE**

**REGIONE  
PIEMONTE**

PIEMONTE  
valori comuni  
Una regione, tanti volti

**Grazie per l'attenzione**

**osservatorio.turismo@visitpiemonte-dmo.org**

**www.visitpiemonte-dmo.org → Osservatorio Turistico**

***Un ringraziamento particolare***

***a tutti gli operatori della ricettività,***

***ai referenti statistici provinciali e della Città Metropolitana di Torino,***

***alle ATL del Piemonte,***

***alla Direzione Turismo della Regione Piemonte,***

***e al team dell'Osservatorio Turistico Regionale.***

