

Osservatorio Turistico Langhe, Monferrato e Roero

Crescono il *sentiment* della destinazione, il numero delle imprese turistiche e la spesa media dei turisti in Langhe Monferrato Roero

Asti piace molto agli stranieri con una spesa media settimanale per carta di 95 euro

Asti, 7 settembre 2021 - Si è tenuta ieri ad Asti, al Teatro Alfieri, la **presentazione del report dell'Osservatorio Turistico Langhe Monferrato e Roero**, organizzata da **VisitPiemonte** in collaborazione con **Unioncamere**, **Ente Turismo Langhe Monferrato Roero**, **Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba** e **Banca d'Alba**. Il report è costituito da rilevazioni specifiche, realizzate da gennaio 2021 a luglio 2021, che evidenziano le ricadute turistiche sul territorio attraverso sondaggi e analisi della rete: il *sentiment analysis*, dati statistici delle imprese e *spend index*.

Gli italiani che scelgono o sceglierebbero il Piemonte per una vacanza nell'autunno 2021 (dato provvisorio) è del 57%: lo rileva la ricerca.

Dai recenti dati raccolti da gennaio a luglio 2021, l'area di Langhe Monferrato Roero è stata la destinazione più indicata fra le intenzioni di viaggio degli italiani per una vacanza in Piemonte, dopo Torino e Città metropolitana. Il valore del ***sentiment analysis*** dell'area è del 90,6/100 **(+1,3% rispetto all'anno precedente)** risulta essere maggiormente positivo rispetto all'Italia (88,3/100).

Il 74,5% delle recensioni è redatto da utenti italiani. Segue la Svizzera con il 7,7%. Il *sentiment* complessivo risulta essere più positivo tra gli utenti del mercato estero (92,3/100 contro 91,4/100 del mercato italiano). La quota di recensioni estere vale il 25,5% del totale. Tra le recensioni estere il numero maggiore proviene da svizzeri, francesi e tedeschi.

La quota maggiore delle recensioni è redatta da coppie (62,9%) e a seguire da famiglie (14,5%).

Il *sentiment* è più positivo fra le coppie (con un indice di 93,2/100) e fra coloro che viaggiano per motivi di lavoro (92,9/100; per le famiglie è del 92,8/100).

Tra i punti di maggior interesse rilevati dal monitoraggio della rete, c'è la ristorazione: +6,6% rispetto al 2020. In generale, il valore del ***sentiment analysis*** delle Langhe Monferrato Roero, 89,8/100 **(+1,1% rispetto all'anno precedente)** risulta essere maggiormente positivo rispetto all'Italia (87,6/100). L'argomento più discusso è l'**atmosfera**, con il 30,4% dei contenuti; segue l'**accoglienza** con il 23,1% e la **qualità** del cibo, con il 21,6%.

Per quanto riguarda **Asti**, dalla ricerca emerge che sono stati 574 i punti di interesse di cui si è parlato sul web e oltre 10 mila i contenuti di cui si è discusso. Il valore del *sentiment analysis* di Asti



è di **86,9/100 (+0,4%** rispetto all'anno precedente). Tra le recensioni estere, il numero maggiore proviene da francesi, svizzeri e tedeschi. La quota maggiore delle recensioni è redatta da coppie: 49%. A seguire i single (20,7%). Il sentiment è più positivo tra coloro che viaggiano per motivi di lavoro (indice di 94,5/100) e, a seguire, fra gli amici/gruppi (91,4/100) e le famiglie e i single (91,2/100). Il monitoraggio della rete si riferisce a 55 punti di interesse della ricettività di cui si è parlato sul web. I contenuti monitorati per la valutazione del sentiment in rete, rispetto all'offerta ricettiva nel periodo gennaio-luglio 2021, sono 1.100 (+11,1% sul 2020).

Il valore del *sentiment analysis* di Asti è di 90,8/100 (**+1,3%** rispetto all'anno precedente) risulta essere maggiormente positivo rispetto all'Italia (88,2/100). L'argomento più discusso è l'atmosfera, con il 28,6% dei contenuti; segue la qualità del cibo con il 25,9% e l'accoglienza, con il 24,2%.

Lo **spend index**, l'indice di spesa nel 2020 la spesa media settimanale per carta di credito varia tra un minimo di 89 euro della quarta settimana di gennaio, a poco a più di 118 euro 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 €), quello più ridotto appartiene a Monticello D'Alba (71 €). Nel Comune di **Asti** la spesa media per carta si attesta a **95 euro** (96 euro ad Alba).

Da una ricerca appena conclusa sui **mercati Nord Europei e Svizzera**, emerge una conoscenza molto buona del Piemonte come destinazione turistica (87% degli Svizzeri, 65% Benelux e 63% Scandinavia) e che la sua connotazione sia legata principalmente ai temi "paesaggio, gusto, bellezza, storia e tradizioni".

In sintesi, dai principali risultati del monitoraggio delle recensioni on-line i primi sette mesi del 2021, si conferma la ripresa della fruizione dei servizi della filiera turistica dell'intero territorio delle Langhe Monferrato Roero con un miglioramento del sentiment complessivo: **+12,1% delle recensioni**, con +34,5 % per ricettività e 6,6% per la ristorazione; un valore di sentiment pari a 90,6/100 in aumento di 1,3 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con 93,2/100 per la ricettività e (+0,8 punti) e 89,8/100 per la ristorazione (+1,1 punti).

*«Gli incontri con gli operatori attivi nell'Area dell'Atl Langhe Monferrato Roero che si aprono oggi ad Asti e che nei prossimi giorni toccheranno Pollenzo e Alba - sottolinea il **Direttore Generale di VisitPiemonte, Luisa Piazza** - rappresentano un momento di importante condivisione del nuovo Osservatorio Turistico Langhe Monferrato Roero. Si tratta di un modello di collaborazione pubblico/privato di governance regionale a supporto dello sviluppo economico del territorio che si è rivelato molto utile per interpretare i chiaroscuri del difficile periodo della pandemia e per progettare la ripartenza turistica dell'area Unesco e dell'intero Piemonte. Più che mai, in questo momento storico, è fondamentale disporre di informazioni oggettive basate sui dati statistici,*



sull'ascolto delle recensioni online dei visitatori, sui sondaggi, e sulla misurazione delle ricadute economiche del turismo nei singoli territori. Un set di informazioni molto articolato sulla cui base si possono sviluppare progetti specifici come pure interventi formativi dedicati agli operatori della filiera turistica ed enogastronomica. Ed è con questo spirito che, insieme con gli altri Partner dell'Osservatorio LMR, abbiamo organizzato i tre incontri».

«Grazie all'accordo che, come Camere di commercio piemontesi, abbiamo siglato con Mastercard per il monitoraggio della spesa sul territorio - commenta **Gian Paolo Coscia, Presidente di Unioncamere Piemonte** - è stato avviato questo progetto pilota che contempla 23 comuni intorno all'Albese: un ulteriore strumento, utile anche per il futuro, per indagare singole realtà e territori con parametri affidabili. Dai risultati emerge come Asti abbia subito, durante l'anno pandemico 2020, una contrazione minore dello speso rispetto all'area complessiva. Un buon risultato per questa città, che a breve vivrà la nuova edizione della Douja d'Or. Avere dati e informazioni certe sull'andamento di alcuni indicatori economici, come ad esempio il valore di quanto spendono i cittadini in determinati periodi dell'anno, consente ai decisori pubblici di attuare politiche efficaci di valorizzazione di alcuni comparti, come quello turistico ed enogastronomico».

«Il report che abbiamo presentato - afferma il **Presidente dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Luigi Barbero** - è frutto di un importante lavoro integrato di collaborazione tra Enti pubblici e privati, per ottenere una fotografia realistica dell'andamento turistico e della percezione che i viaggiatori hanno della nostra destinazione, nella convinzione che la misurazione dei dati è un'attività fondamentale per consentire le scelte strategiche.

La nostra destinazione continua ad essere tra quelle più desiderate e l'appeal di Asti e dell'Astigiano continua a salire.

I buoni risultati presentati rappresentano una conferma delle corrette e talvolta coraggiose attività di promozione e marketing condotte dai nostri uffici anche in tempo di pandemia e al contempo costituiscono degli elementi importantissimi per la prossima programmazione.

Proseguiremo questo intenso lavoro iniziato da oltre un anno con l'Osservatorio, per monitorare l'andamento del settore e proseguire nella giusta direzione le prossime pianificazioni».

«La bellezza di queste colline, la cordiale ospitalità delle strutture ricettive e della ristorazione, i grandi vini e il Tuber magnatum Pico sono i fattori che hanno fatto conoscere e apprezzare il nostro territorio in ogni parte del mondo - afferma la presidente **dell'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, Liliana Allena** - Tuttavia, per rendere sempre più attrattiva la destinazione di Langhe, Monferrato e Roero era fondamentale dotarsi di uno strumento come l'Osservatorio, che consentisse di disporre di dati e analisi utili a supportare le imprese del settore e a elaborare strategie di ulteriore crescita, consentendo a tutti gli stakeholders del territorio di fare squadra e lavorare insieme. La Fiera, che dal 9 ottobre al 5 dicembre celebrerà la sua 91a edizione, ogni anno



attira migliaia di visitatori, generando un fatturato di milioni di euro: partendo dai dati e dai numeri declineremo la proposta di quest'anno, il cui claim è 'Connessi con la Natura', mettendo al centro quest'ultima, che ci regala il prezioso diamante della terra e che affascinerà i visitatori che avremo il piacere di accogliere. E, visto che negli anni abbiamo registrato un innalzamento qualitativo del profilo del turista, riteniamo sia venuto il momento di dare all'evento un nuovo corso, caratterizzato da una svolta culturale che tenga conto delle sfide cui la nostra società non può più sottrarsi: un nuovo paradigma nella tutela ambientale, misurandosi con il cambiamento climatico e la sostenibilità».

*«Abbiamo da subito aderito con convinzione all'Osservatorio – dice **Tino Cornaglia, Presidente di Banca d'Alba** - perché siamo certi che solo facendo squadra si possono ottenere risultati concreti per questo territorio: la qualità e la profondità dei dati sul turismo che il gruppo di lavoro presenta oggi ne sono un esempio. Prestiamo particolare attenzione a questo focus relativo al territorio astigiano, dove Banca d'Alba ha ormai 10 filiali a cui si aggiungerà la prossima di Nizza Monferrato a ottobre».*

VisitPiemonte – Regional Marketing and Promotion

Team Comunicazione, Eventi e Logistica – Media relation

Emanuela Sarti

Tel. +39 011 5155518 / 335 6914611

emanuela.sarti@visitpiemonte-dmo.org

Marisa Margara

tel. +39 011 5155516/ 347 4398707

marisa.margara@visitpiemonte-dmo.org

