



# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

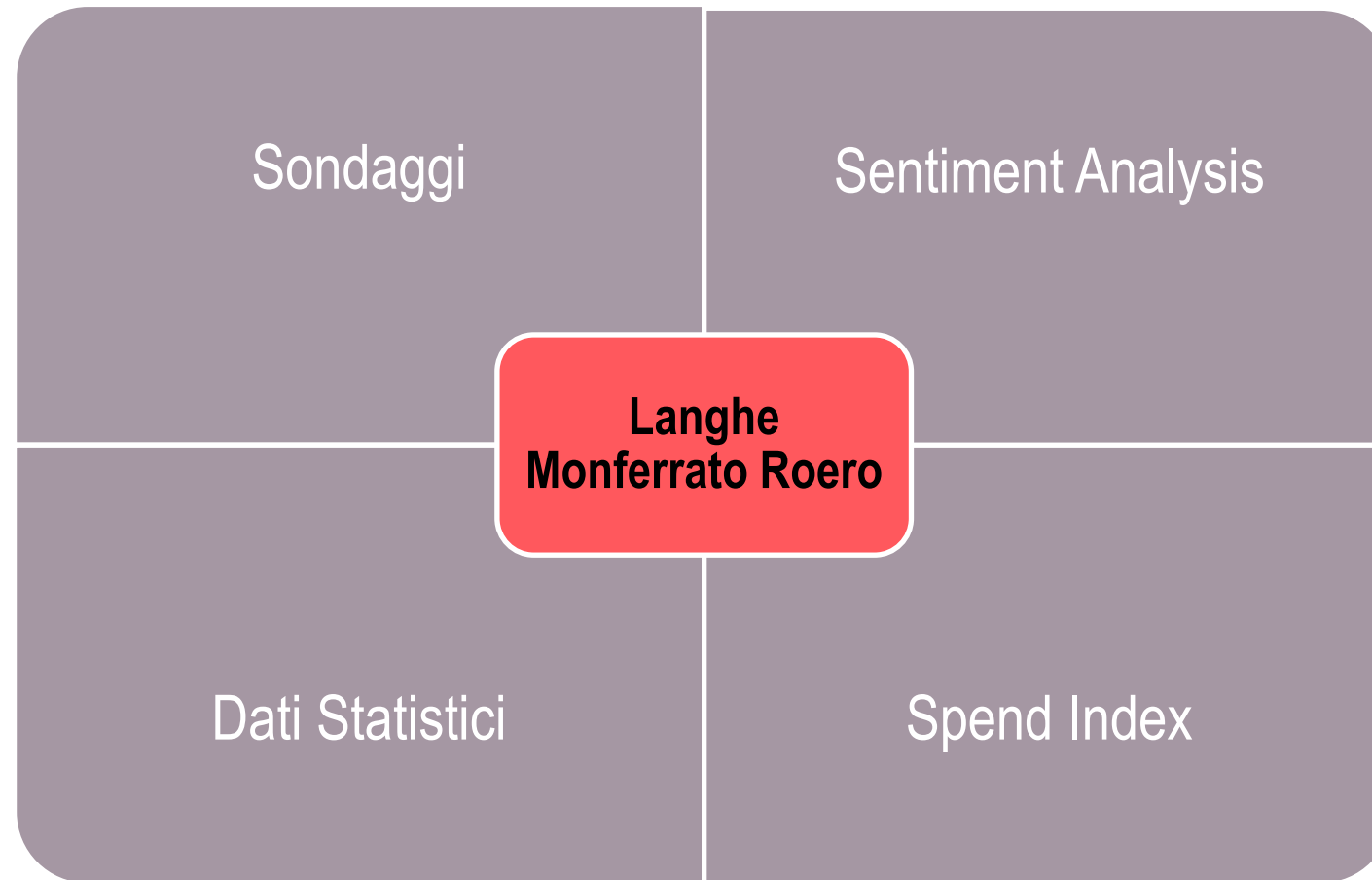
## *Incontro Alba (CN)*

*Alba (CN), 15 settembre 2021*





# Osservatorio Langhe Monferrato Roero: il cruscotto



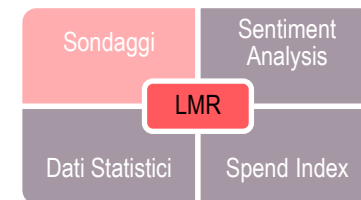


# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

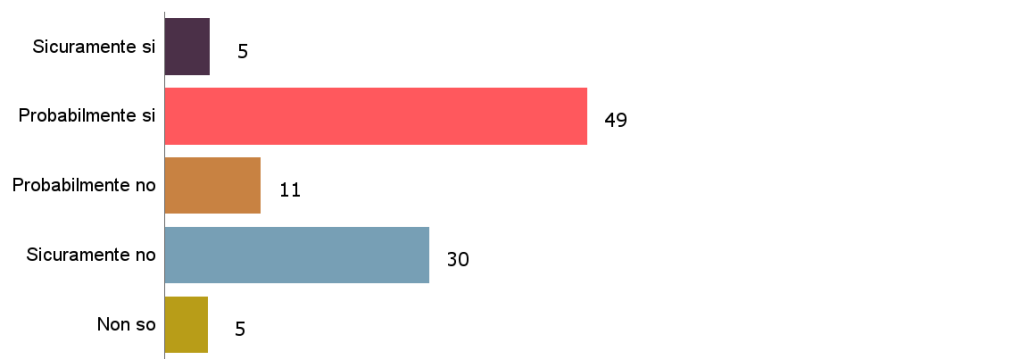
## *Sondaggio Italia*



# Propensione di viaggio in **Piemonte** degli italiani per l'autunno 2021



D14 - Pensa di trascorre/trascorrerebbe in Piemonte la sua vacanza in autunno? (n = 450)



Il **54%** di chi ha intenzione di fare vacanza, sceglierà il **Piemonte**

Aumenta l'interesse per il Piemonte per l'autunno 2021: dal **39%** del **2020** al **54%** registrato ora (**8%** sicuramente sì e **31%** probabilmente sì nel 2020 a fronte rispettivamente del **5%** e del **49%** del 2021).

Da sottolineare che **chi ha fatto una vacanza in Piemonte** negli ultimi tre anni ha un **livello di soddisfazione** molto alto: in una scala da 1 a 5 **voto massimo** per il **62%** dei casi (mentre era il 54% nella rilevazione autunnale del 2020) e **voto 4** per il **34%**. Il **97%** dichiara che **rifarebbe la vacanza in Piemonte**, a conferma dell'intenzione di riacquisto (90% per l'autunno 2020).

# Sondaggio sugli Italiani e la vacanza in autunno nel 2020 vs 2021

Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

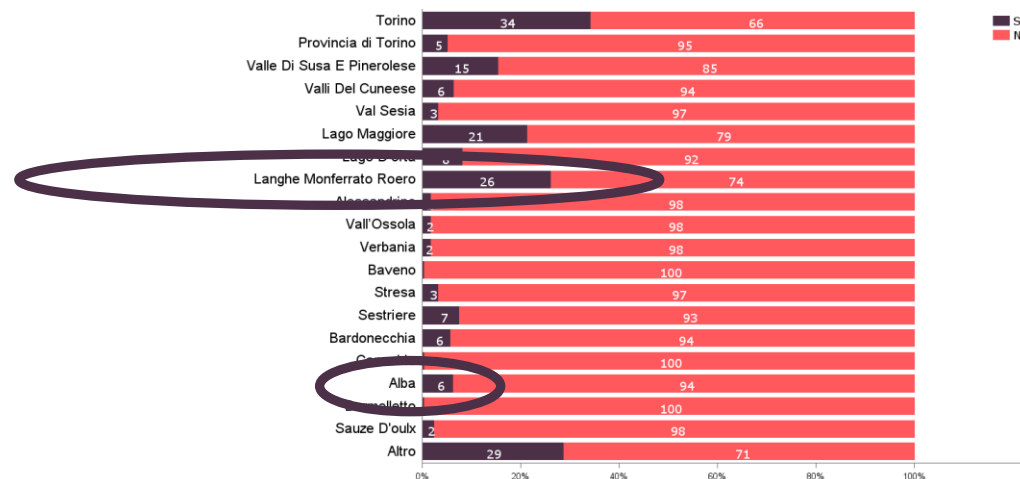
Dati Statistici

Spend Index

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

Il wave

Rilevazione  
25.08 - 7.09 / 2020



Il wave

Rilevazione  
23.08 - 7.09 / 2021



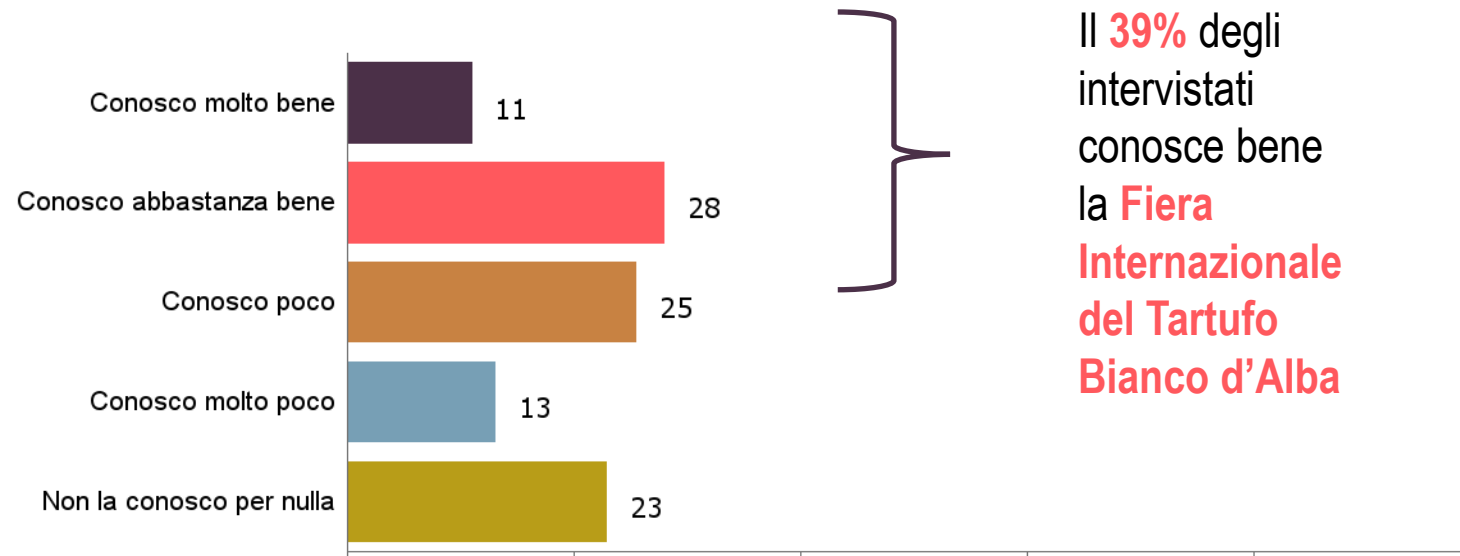
Il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** con **Alba** si conferma come destinazione piemontese preferita dopo **Torino**.

# Sondaggio sugli Italiani e la vacanza in autunno nel 2020 vs 2021

## La Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Sondaggi        | Sentiment Analysis |
| LMR             |                    |
| Dati Statistici | Spend Index        |

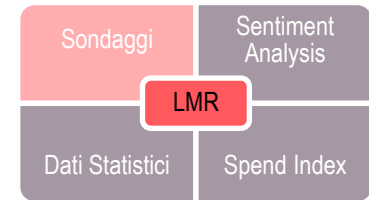
Conosce la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba? (n = 450)



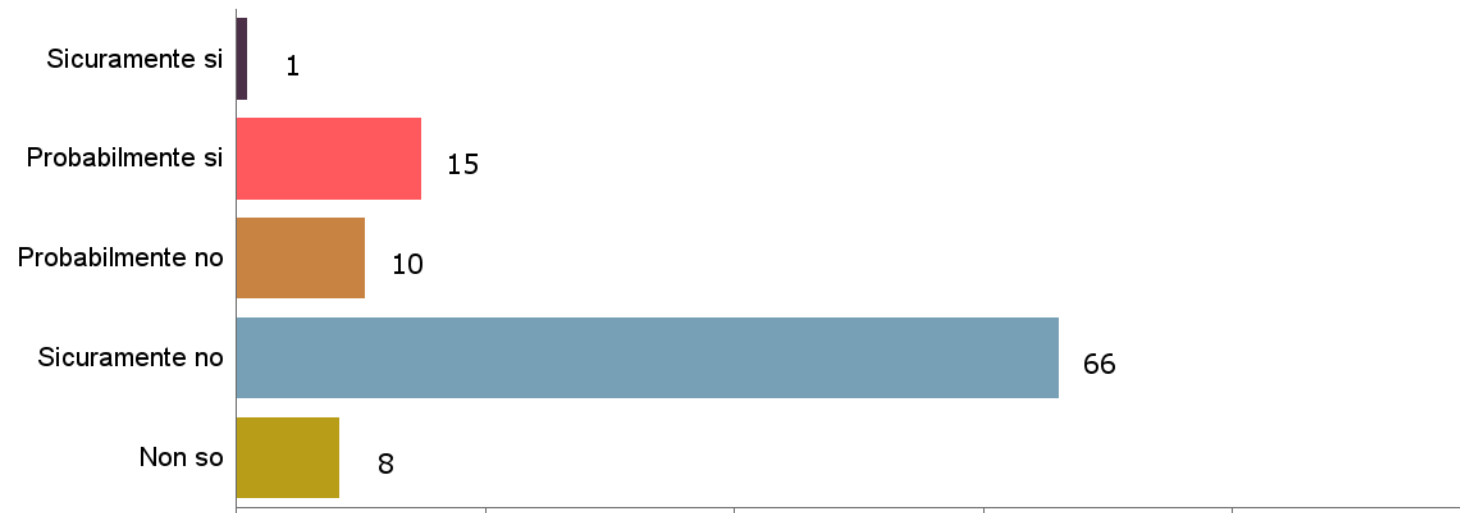
I prossimi eventi internazionali che si terranno in Piemonte si confermano molto conosciuti anche fra il pubblico italiano. La conoscenza della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba sale dal 25% dello scorso autunno all'attuale 39%: la fiera era conosciuta molto bene nel 5% dei casi nel 2020 e ora nell'11%; era conosciuta abbastanza bene dal 20% degli intervistati nel 2020 e ora dal 28%.

# Sondaggio sugli **Italiani** e la **vacanza** in **autunno** nel **2020** vs **2021**

## La **Fiera** Internazionale del **Tartufo Bianco** d'Alba



Pensa di partecipare alla prossima edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba? (n = 450)



**Stabile** la percentuale di persone che **parteciperanno sicuramente** (1%), mentre **cresce** chi pensa che **potrebbe partecipare** (6% nel 2020 e 15% nel 2021).



# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

***Sondaggio Svizzera e Paesi Europei***





# Svizzera e Mercati Nord Europei

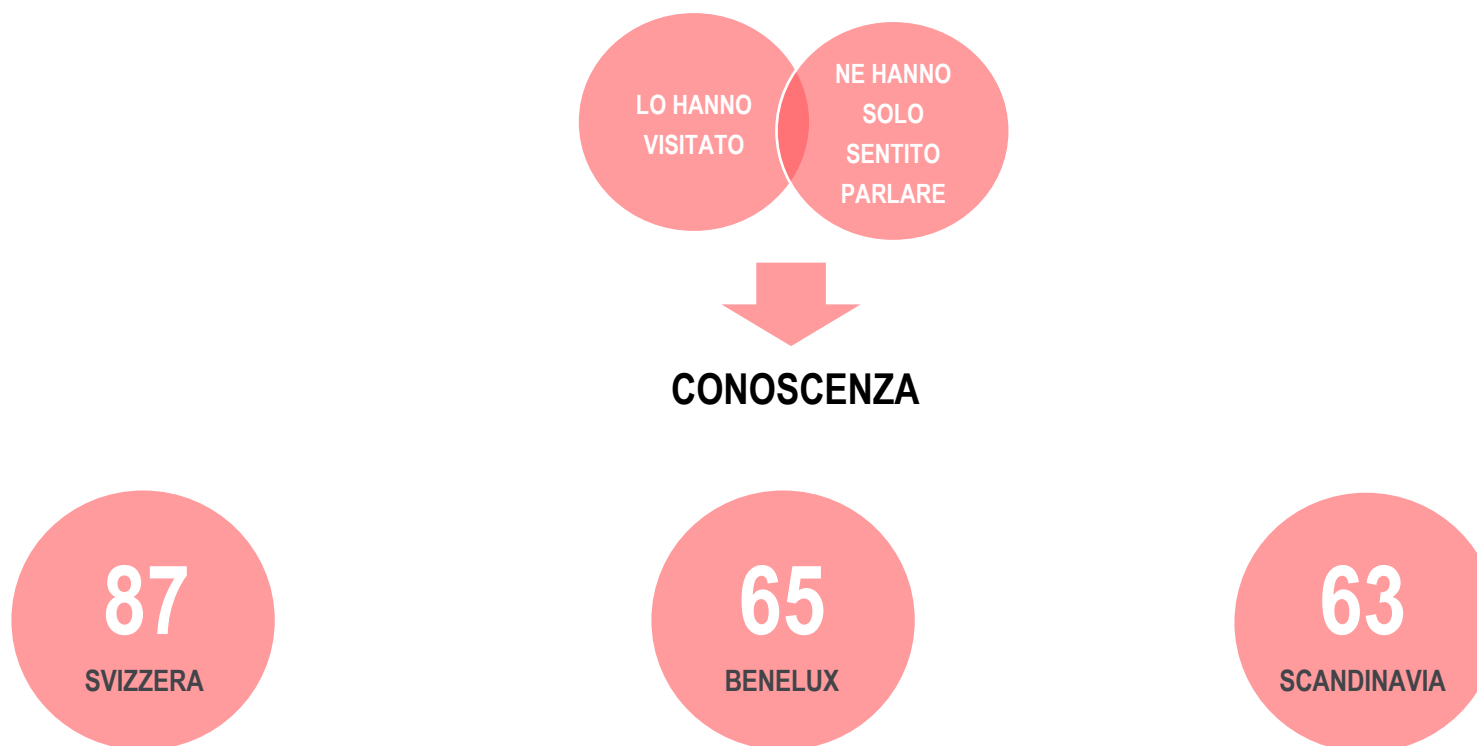
## La conoscenza del Piemonte

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Sondaggi        | Sentiment Analysis |
| Dati Statistici | Spend Index        |

LMR

S07. Parliamo in particolare del Piemonte, una regione nord-occidentale italiana che ha per capoluogo la città di Torino. Famosa principalmente per il suo patrimonio eno-gastronomico, per le sue colline, per le sue località alpine e, non ultimo, per la ricchezza architettonica delle sue residenze reali (sabaude). Aveva mai sentito parlare di questa regione italiana?

Base: totale campione (1.400)  
valori %



# Svizzera e Mercati Nord Europei

## Il Piemonte: associazioni e immagini

**C01. Tenendo conto della Sua esperienza, di quello che si ricorda e/o di quello che ha visto, letto, sentito sul Piemonte, che cosa è, per Lei, principalmente il Piemonte? A che cosa lo associa?**

Base: conoscono il Piemonte (963 di cui Svizzera 261, Benelux 325, Scandinavia 377)

valori % - ranking sul Totale Paesi



CONOSCENZA

87

65

63

SVIZZERA

BENELUX

SCANDINAVIA

|                             |    |    |    |
|-----------------------------|----|----|----|
| Paesaggi                    | 66 | 60 | 54 |
| Gusto                       | 76 | 35 | 40 |
| Bellezza                    | 37 | 42 | 39 |
| Storia                      | 26 | 34 | 44 |
| Tradizione                  | 37 | 37 | 32 |
| Borghi Antichi              | 40 | 40 | 18 |
| Città/Luoghi d'Arte         | 19 | 30 | 30 |
| Percorsi, Itinerari, Strade | 18 | 23 | 12 |
| Acqua/Laghi                 | 13 | 17 | 14 |
| Libertà                     | 10 | 13 | 14 |
| Lentezza                    | 11 | 2  | 15 |
| Sci/Sport                   | 7  | 8  | 11 |
| Spiritualità                | 3  | 5  | 6  |
| Cinema                      | -  | 4  | 2  |

Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

fonte: indagine GfK Italia



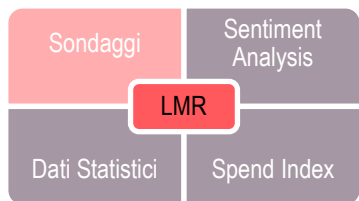
# Svizzera e Mercati Nord Europa

## Le prossime vacanze: l'Italia come possibile destinazione

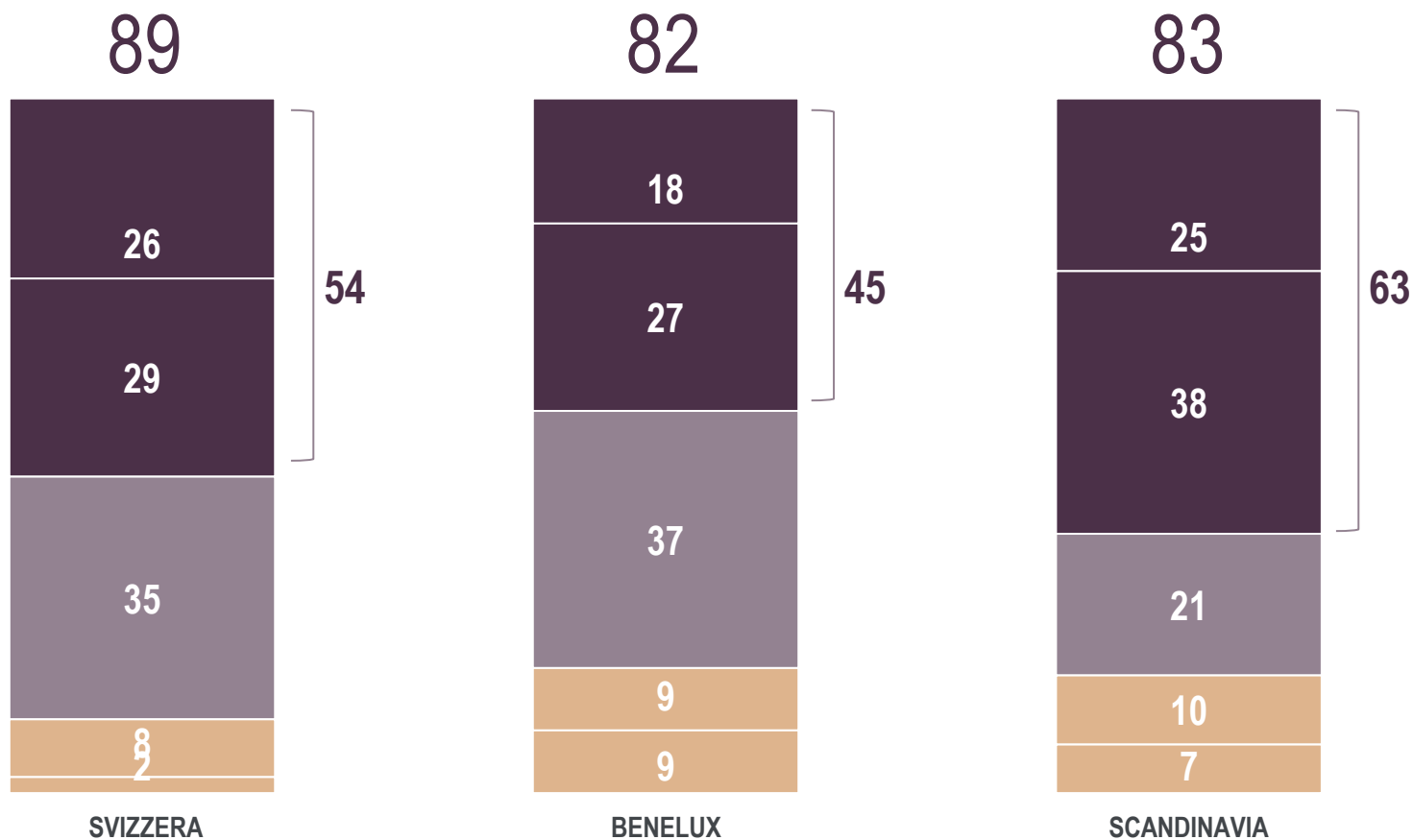
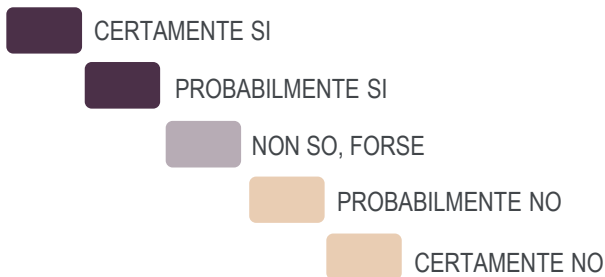
**B01. Considerando la Sua voglia di viaggiare all'estero nei prossimi 12 mesi, prenderebbe in considerazione l'Italia come possibile futura destinazione di una delle Sue vacanze?**

Base: totale campione (1.400)

valori %



fonte: indagine GfK Italia

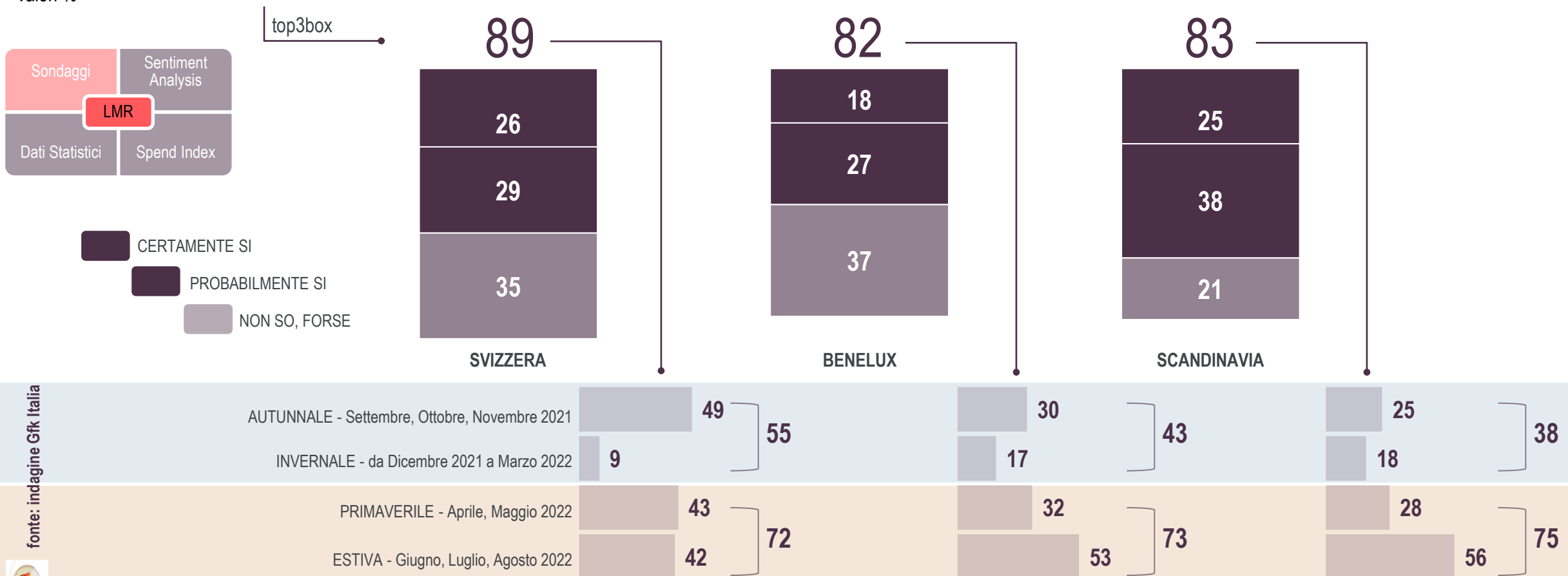


# Svizzera e Mercati Nord Europa

## Le prossime vacanze: l'Italia come possibile destinazione

### B02. E la prenderebbe in considerazione per una vacanza ... QUANDO?

Base: prenderebbero in considerazione l'Italia come possibile futura destinazione di una vacanza (1.178 di cui Svizzera 268, Benelux 412, Scandinavia 498)  
valori %





# Svizzera e Mercati Nord Europa

## Relazioni tra Piemonte e Aspettative ranking sul Totale Paesi

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Sondaggi        | Sentiment Analysis |
| Dati Statistici | Spend Index        |

### D02. E che cosa si aspetta da una destinazione come il Piemonte?

Base: totale campione (1.400)  
valori %

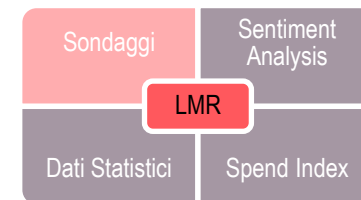
#### Mi aspetto di ...

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ... trovarmi immerso in un'atmosfera conviviale                                                     | 51 |
| ... sedermi a sorseggiare un corposo e profumato bicchiere di vino accompagnato da dell'ottimo cibo | 46 |
| ... assaporare silenzi, ritrovare equilibrio, serenità e pace                                       | 46 |
| ... godere del colore cangiante dei suoi paesaggi                                                   | 42 |
| ... immergermi nella vita, nelle tradizioni e nel costume delle sue città                           | 39 |
| ... trascorrere il tempo tra imperdibili ed uniche bellezze artistiche ed architettoniche           | 35 |
| ... avere a disposizione una Natura poco affollata, poco contaminata, poco conosciuta               | 35 |
| ... divertirmi in un sali-scendi tra montagna, lago e collina                                       | 35 |
| ... girare per cantine alla scoperta di etichette particolari                                       | 22 |
| ... scoprire itinerari - ciclabili, di cammino o di gusto - poco battuti                            | 18 |
| ... potermi godere la vacanza anche se nel frattempo devo lavorare                                  | 9  |
| ... fare tantissimo sport attraverso un'offerta differenziata e di alta qualità                     | 6  |



# Svizzera e Mercati Nord Europa

## Le prossime vacanze: il Piemonte come possibile destinazione ← desiderio indotto



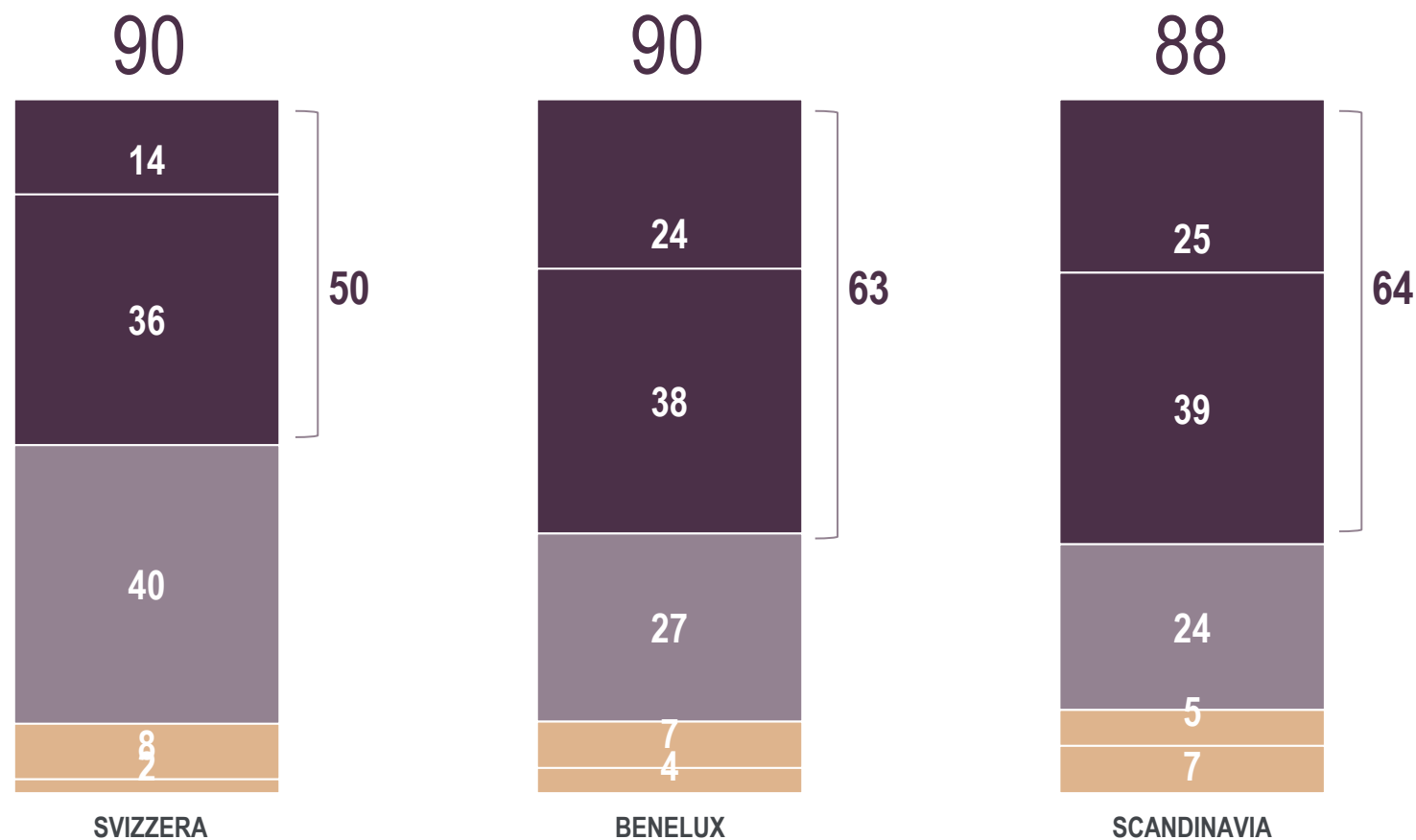
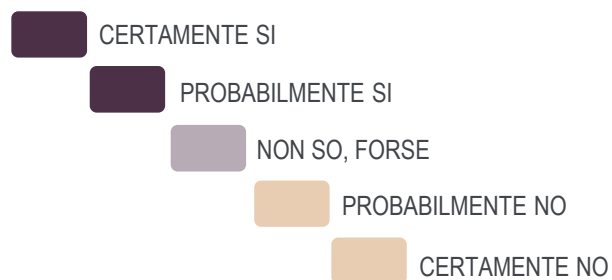
C03. Le è venuta voglia di tornarci in vacanza?

Le è venuta voglia di visitarla per una prossima vacanza?

Base: totale campione (1.400)

valori %

top3box







# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

## *Sentiment Analysis*

***Gennaio – Luglio 2021***

***(1/01/2021 - 31/07/2021)***

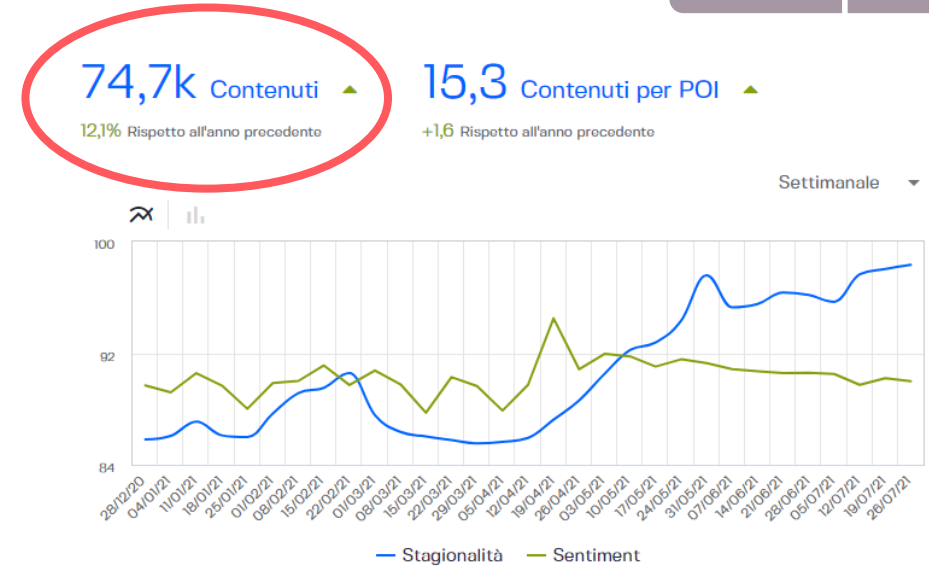
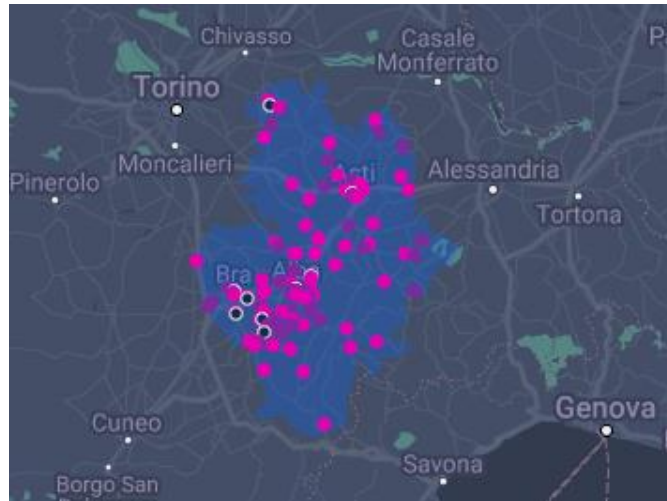


# Sentiment Analysis – Punti Interesse

## Langhe Monferrato Roero

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Sondaggi        | Sentiment Analysis |
| Dati Statistici | Spend Index        |

LMR



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **4.900 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 periodo **gennaio – luglio 2021** sono **74.700** (+12,1% sul 2020).

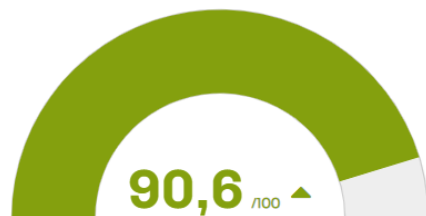




# Sentiment Analysis

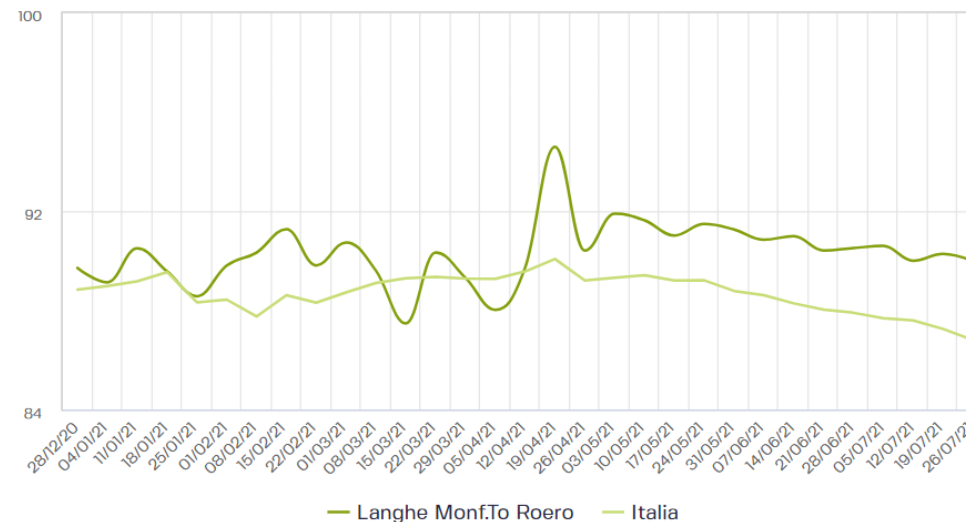
## Langhe Monferrato Roero

SENTIMENT LANGHE MONFERTO ROERO



88,3 /100 Italia

ANDAMENTO ⓘ



Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici

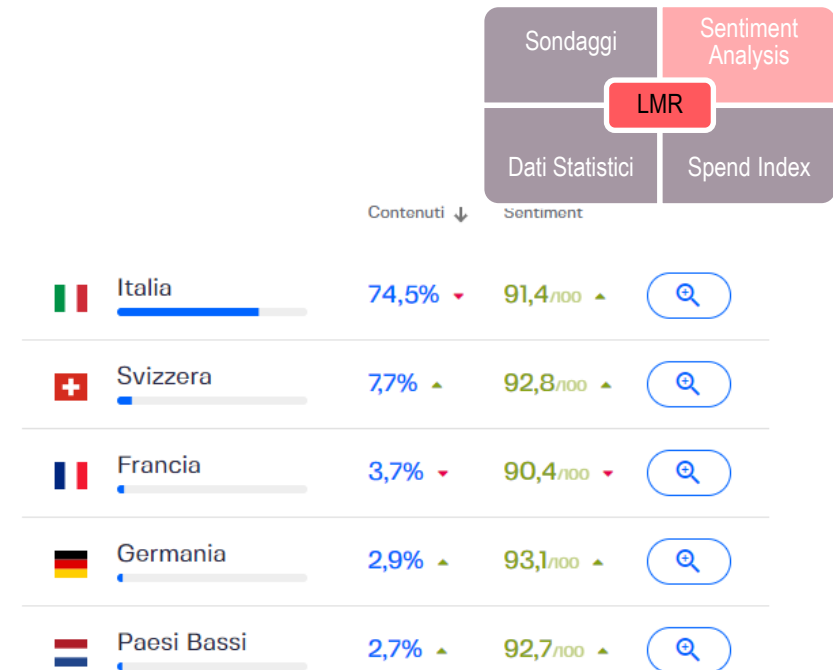
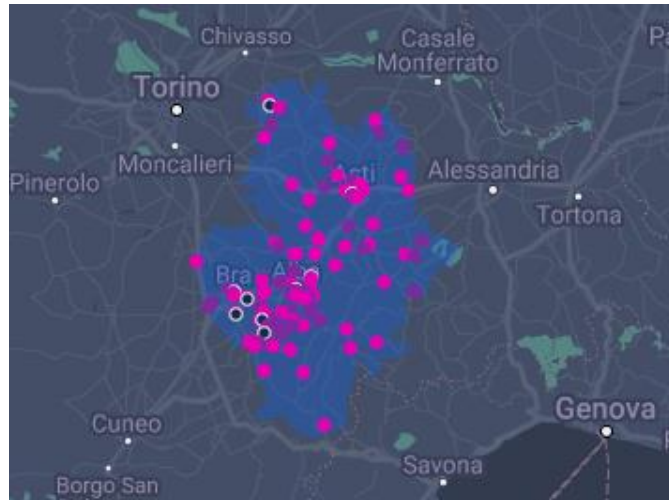
Spend Index

- Il valore del **sentiment analysis** delle **Langhe Monferrato Roero**, **90,6/100** (+1,3% rispetto all'anno precedente) risulta essere maggiormente positivo rispetto all'Italia, **88,3/100**.



# Sentiment Analysis – Visitatori

## Langhe Monferrato Roero



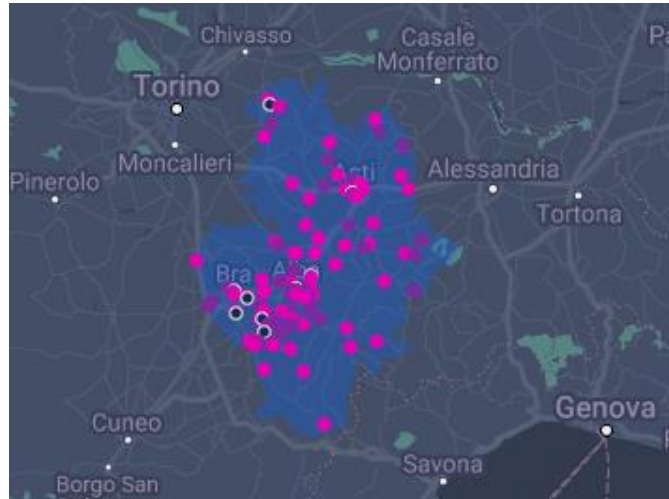
- Il **74,5%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **7,7%**.
- Il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **92,3/100** vs **91,4/100** del **mercato italiano**.
- La **quota di recensioni estere** vale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

# Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

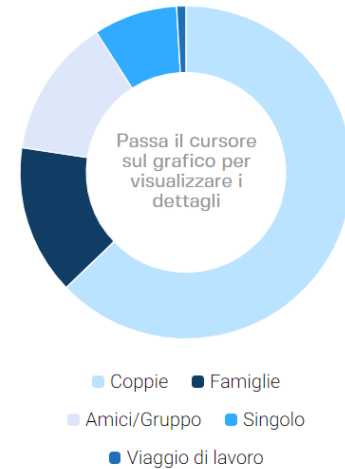
## Langhe Monferrato Roero

|                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| Sondaggi        | Sentiment Analysis |
| Dati Statistici | Spend Index        |

LMR



TIPOLOGIE DI VIAGGIO ⓘ



|                   | Contenuti ↓ | Sentiment  |
|-------------------|-------------|------------|
| Coppie            | 62,9% ▲     | 93,2/100 ▲ |
| Famiglie          | 14,5% ▼     | 92,8/100 ▲ |
| Amici/Gruppo      | 13,6% ▼     | 92,1/100 ▲ |
| Singolo           | 8,2% ▼      | 91,5/100 ▲ |
| Viaggio di lavoro | 0,9% ▼      | 92,9/100   |

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **62,9%**.
- A seguire le **famiglie**, la cui quota vale il **14,5%**.
- Il **sentiment** è **più positivo fra le coppie** con un **indice** di **93,2/100**, e, a seguire, fra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro** con **92,9/100** e le **famiglie**, con **92,8/100**.



# Sentiment Analysis – Punti Interesse

## Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

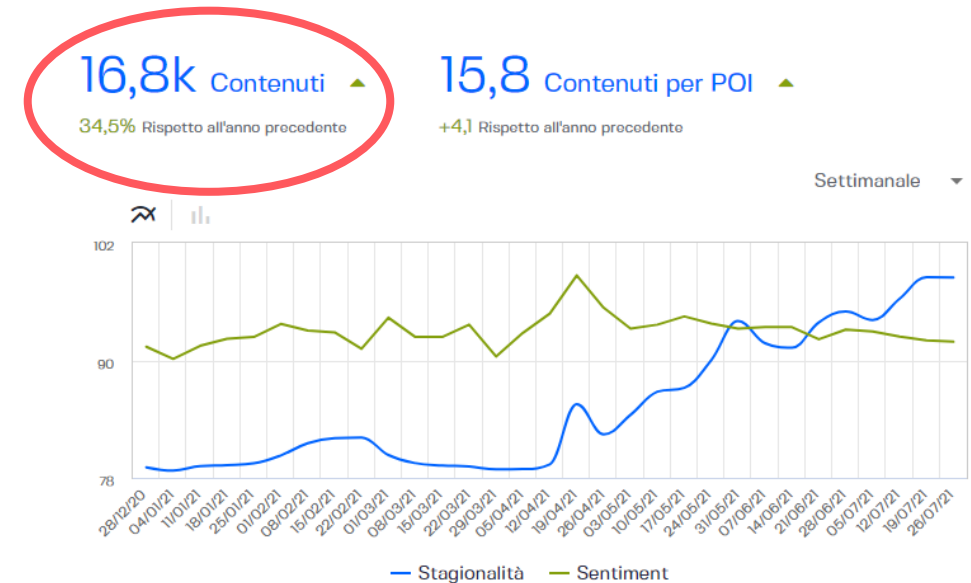
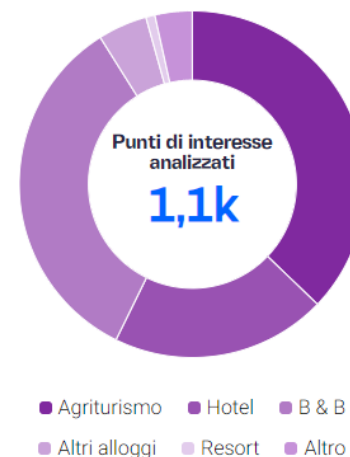
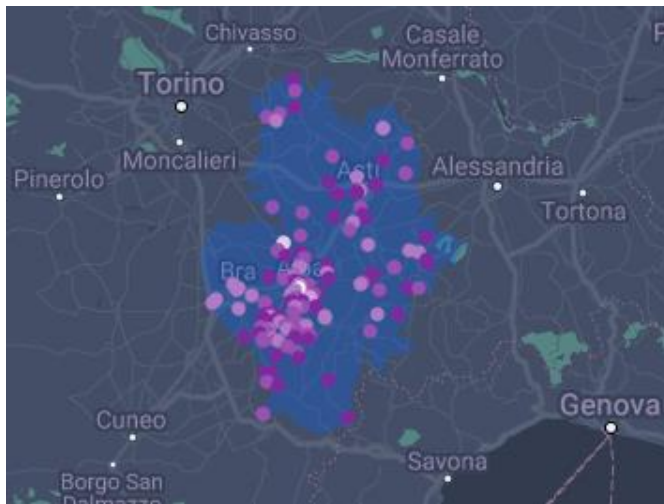
Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **1.100 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 periodo **gennaio - luglio 2021** sono **16.800** (+34,5% sul 2020).



# Sentiment Analysis

## Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

Sondaggi

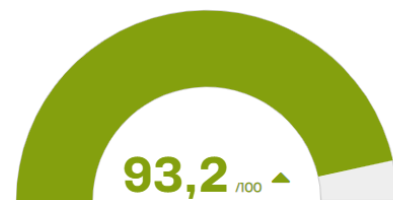
Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

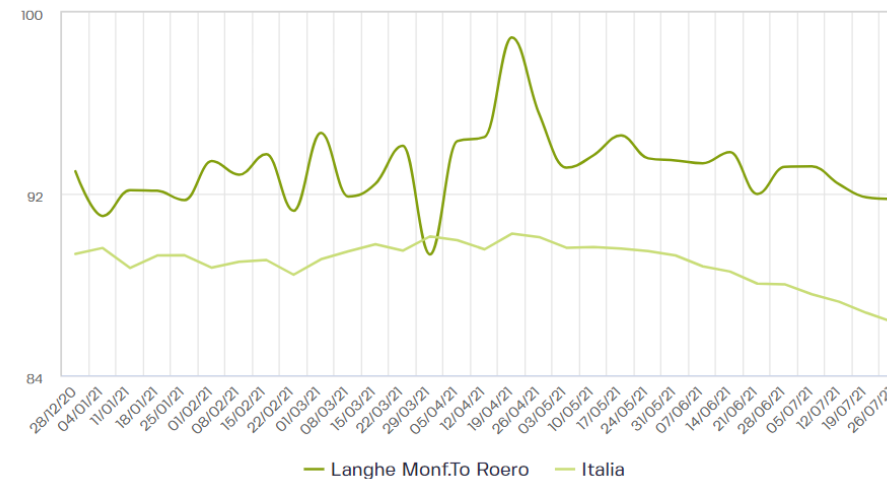
SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO



+0,8 Rispetto all'anno precedente

88,2/100 Italia

ANDAMENTO ⓘ



- Il valore del **sentiment analysis** delle **Langhe Monferrato Roero**, **93,2/100** (+0,8% rispetto all'anno precedente) risulta essere maggiormente positivo rispetto all'Italia, **88,2/100**.



# Sentiment Analysis – Visitatori

## Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

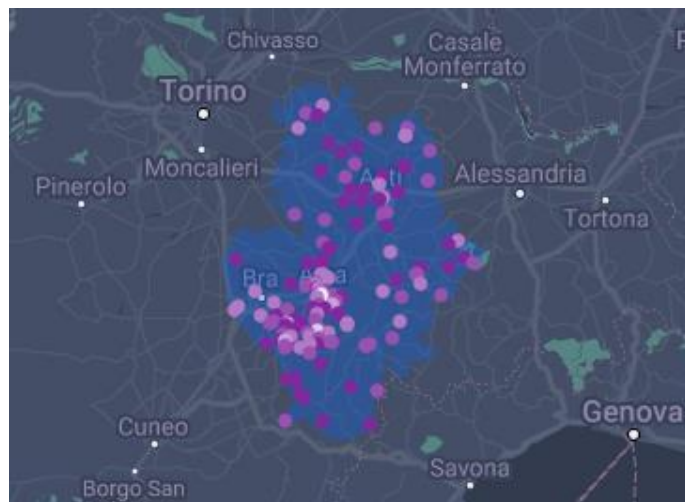
Sondaggi

Sentiment  
Analysis

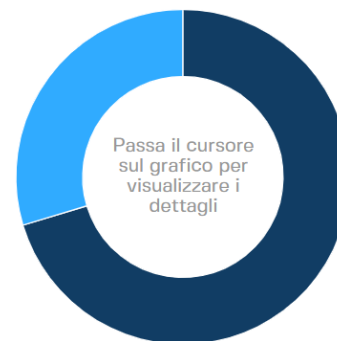
LMR

Dati Statistici

Spend Index



VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI ⓘ



■ Visitatori domestici ■ Internazionali

MERCATI ⓘ

|    |             | Contenuti ↓ | Sentiment  |   |
|----|-------------|-------------|------------|---|
| 🇮🇹 | Italia      | 70,4% ▼     | 92,9/100 ▲ | 🔍 |
| 🇨🇭 | Svizzera    | 8,9% ▲      | 93,0/100 ▼ | 🔍 |
| 🇫🇷 | Francia     | 4,2% ▼      | 91,4/100 ▲ | 🔍 |
| 🇩🇪 | Germania    | 3,7% ▲      | 93,5/100 ▲ | 🔍 |
| 🇳🇱 | Paesi Bassi | 3,2% ▲      | 93,9/100 ▲ | 🔍 |

- Il **70,4%** delle recensioni è redatto da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con l'**8,9%**.
- Il **sentiment** risulta essere **identico** tra gli utenti del **mercato estero** e quelli del **mercato italiano**: **92,9/100**.
- La **quota** di **recensioni estere** vale il **29,6%** del totale.
- Tra le **recensioni estere** il numero maggiore proviene da **svizzeri, francesi e tedeschi**.





# Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

## Langhe Monferrato Roero

RICETTIVITÀ

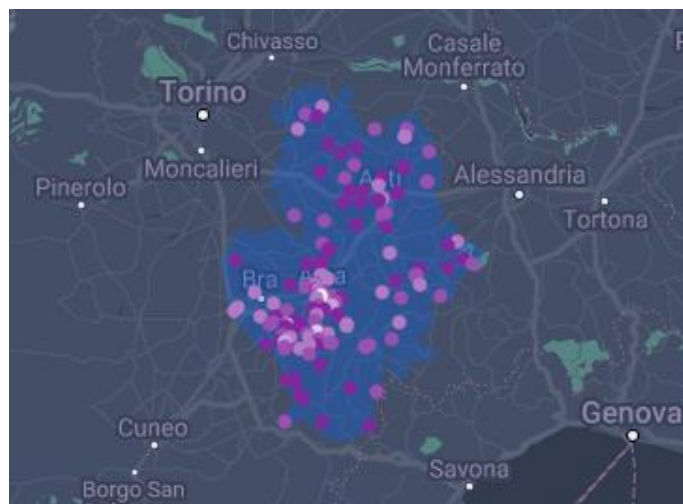
Sondaggi

Sentiment Analysis

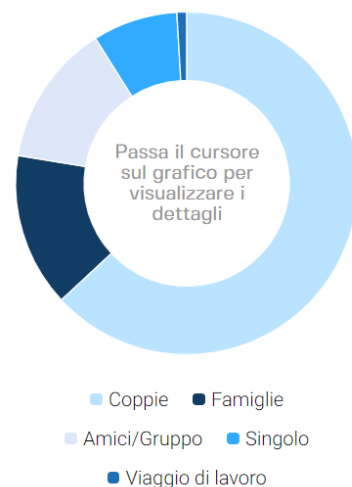
LMR

Dati Statistici

Spend Index



TIPOLOGIE DI VIAGGIO ⓘ



|                   | Contenuti ↓ | Sentiment  |
|-------------------|-------------|------------|
| Coppie            | 63,1% ▲     | 93,4/100 ▲ |
| Famiglie          | 14,5% ▼     | 93,3/100 ▲ |
| Amici/Gruppo      | 13,4% ▼     | 92,4/100 ▲ |
| Singolo           | 8,0% ▼      | 92,0/100 ▲ |
| Viaggio di lavoro | 0,9% ▼      | 93,5/100 ▲ |

- La **quota maggiore** delle recensioni è redatta da **coppie**: **63,1%**.
- A seguire le **famiglie**: **14,5%**.
- Il **sentiment** è **più positivo** tra coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro** con un **indice** di **93,5/100**, e, a seguire, fra le **coppie**, con **93,4/100** e le **famiglie**, con **93,3/100**.



# Sentiment Analysis – Punti Interesse

## Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

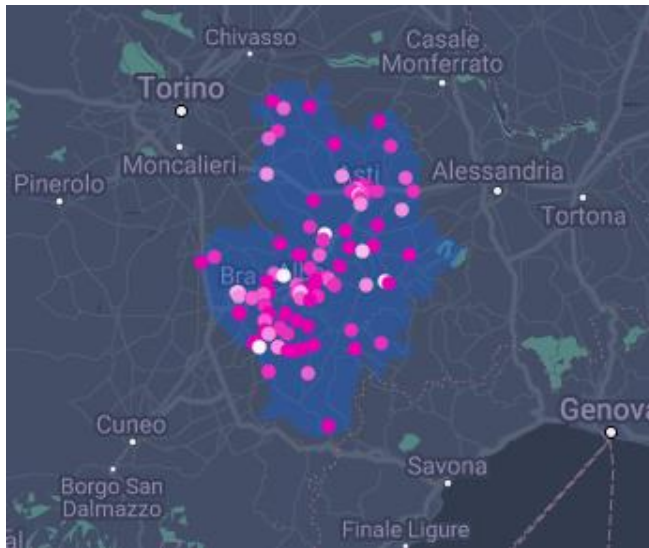
Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index



- Il monitoraggio della rete si riferisce a **3.100 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 periodo **gennaio - luglio 2021** sono **49.400** (+6,6% sul 2020).



# Sentiment Analysis

## Langhe Monferrato Roero

RISTORAZIONE

Sondaggi

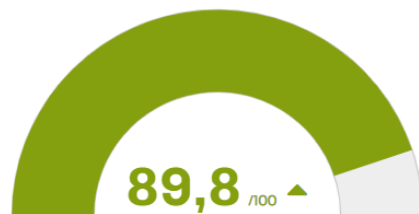
Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

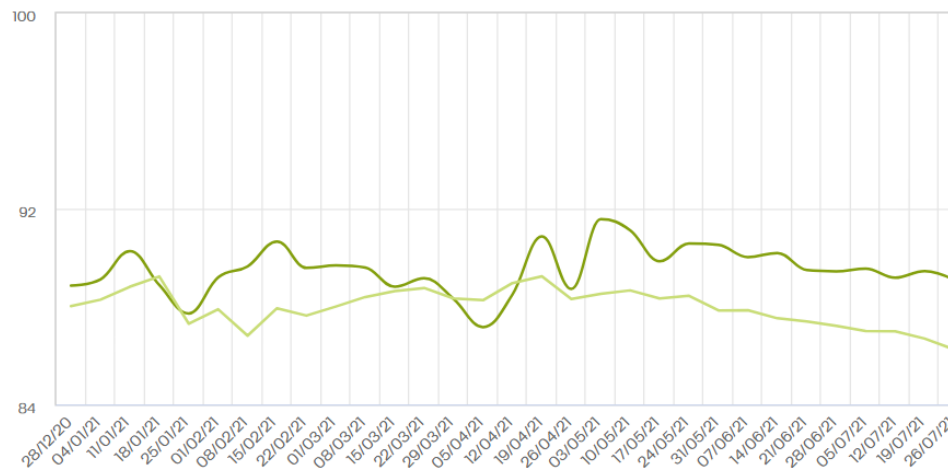
Spend Index

SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO



87,6 /100 Italia

ANDAMENTO ①



- 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**.





# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

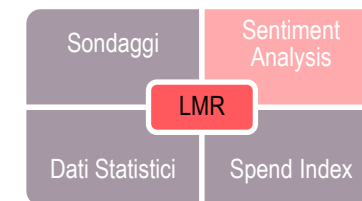
***Sentiment Analysis - Benchmark***

***Gennaio – Luglio 2021***

***(1/01/2021 - 31/07/2021)***

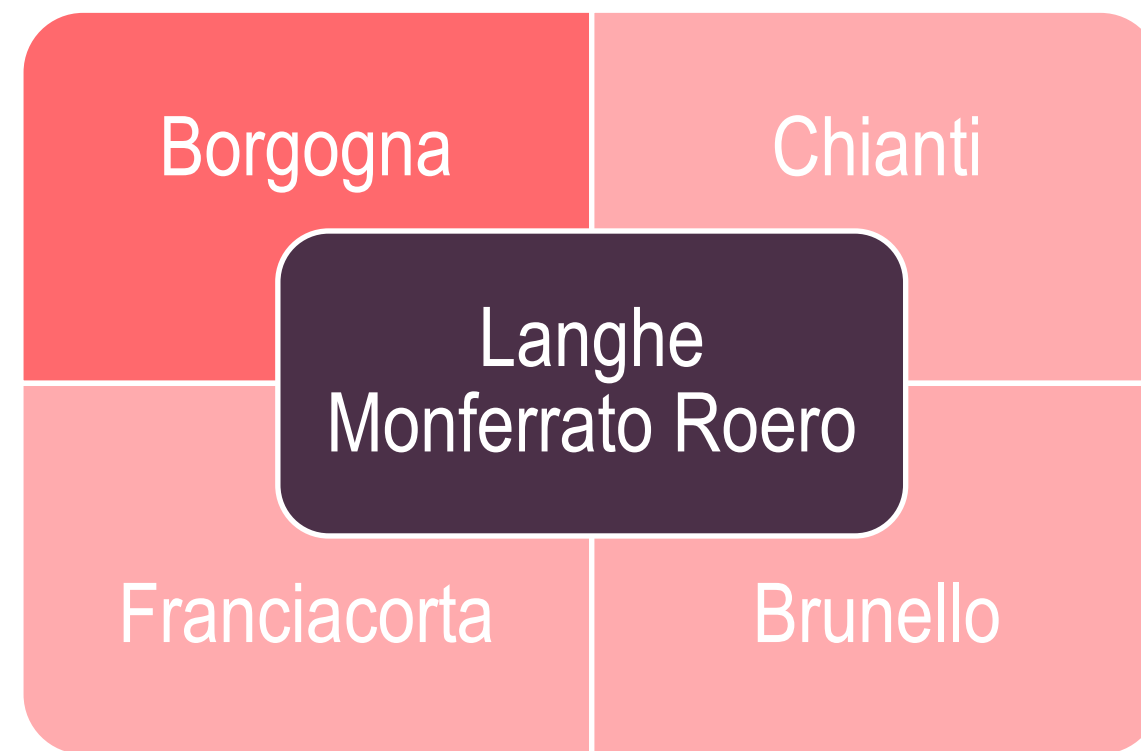


# Sentiment Analysis – Benchmark



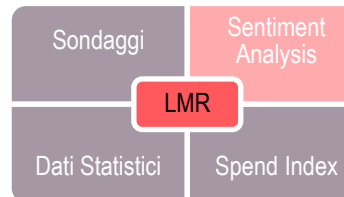
## Premessa

- **Studio sperimentale di benchmark** territoriale attraverso lo strumento di monitoraggio delle recensioni on-line e analisi di *sentiment* → The Data Appeal;
- Il **periodo di analisi** è stato **01/01/2021 – 31/07/2021**, in riferimento ai **primi sette mesi del 2021**.



# Sentiment Analysis – Benchmark

## Punti di Interesse



| Comparto     | Langhe Monferrato Roero | Brunello | Chianti | Franciacorta | Borgogna |
|--------------|-------------------------|----------|---------|--------------|----------|
| Ricettività  | 1.000                   | 222      | 1.100   | 146          | 2.200    |
| Ristorazione | 3.000                   | 328      | 1.600   | 816          | 5.400    |
| Complessivo  | 4.700                   | 611      | 3.300   | 1.200        | 9.100    |

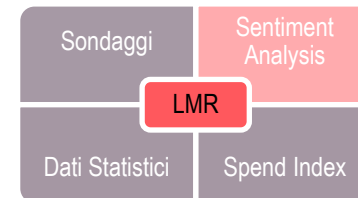
- La **ristorazione** è il comparto che possiede i valori numerici più elevati dei **Punti di interesse** monitorati ed è maggiore nella **Borgogna**: **5.400**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, con **3.000**.
- Nella **Borgogna**, la **ricettività** possiede il valore più alto rispetto agli altri territori: **2.200**; segue il **Chianti**, con **1.100**.
- La **Borgogna** detiene il primato **complessivo** dei **Punti di interesse** monitorati: **9.100**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, **4.700**, e il **Chianti**, **3.300**.





# Sentiment Analysis – Benchmark

## Contenuti Monitorati



| Comparto     | Langhe Monferrato Roero | Brunello | Chianti | Franciacorta | Borgogna |
|--------------|-------------------------|----------|---------|--------------|----------|
| Ricettività  | 16.100                  | 5.100    | 20.600  | 4.200        | 61.300   |
| Ristorazione | 47.800                  | 5.700    | 34.800  | 19.900       | 78.600   |
| Complessivo  | 71.600                  | 12.100   | 61.900  | 26.600       | 159.500  |

- La **ristorazione** è il comparto che possiede il maggior numero di **contenuti monitorati** in relazione alla valutazione del **sentiment**: primeggia la **Borgogna**, con **78.600**, seguita dalle **Langhe Monferrato Roero** e dal **Chianti**, rispettivamente con **47.800** e **34.800**.
- Anche il comparto **ricettivo** detiene un buon numero di contenuti monitorati: la **Borgogna** ha sempre la leadership, con **61.300**, seguita dal **Chianti**, **20.600**, e dalle **Langhe Monferrato Roero**, **16.100**.
- La **Borgogna** possiede il maggior numero **complessivo** di contenuti monitorati: **159.500**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, **71.600**, e il **Chianti**, **61.900**.



# Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

TOTALE

PERIODO

01/01/21 - 31/07/21

PERIODO A CONFRONTO

01/01/21 - 31/07/21

AREE

Langhe Monf.to Roero

AREE A CONFRONTO

Z. Borgogna

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

## 😊 SENTIMENT

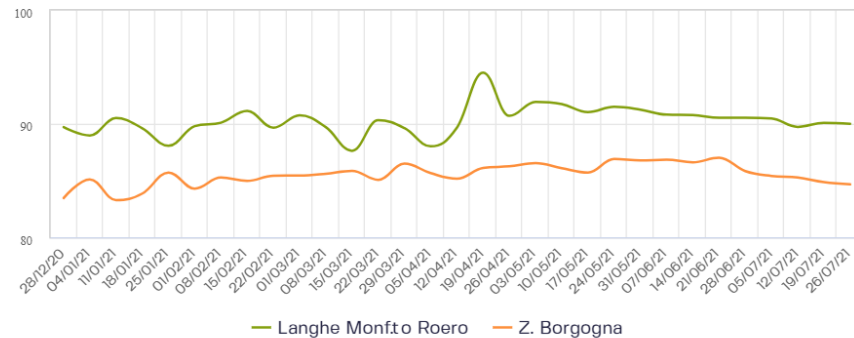
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONF.TO ROERO  
VS Z. BORGOGNA



90,6 /100 vs. 85,7 /100

ANDAMENTO



Il **sentiment** risulta essere più positivo nelle **Langhe Monferrato Roero** rispetto alla **Borgogna**: **90,6/100** vs **85,7/100**.

DATA APPEAL  
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



# Visitatori (1): Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

TOTALE

PERIODO  
01/01/21 - 31/07/21

AREE  
Langhe Monf.to Roero

PERIODO A CONFRONTO  
01/01/21 - 31/07/21

AREE A CONFRONTO  
Z. Borgogna

Sondaggi

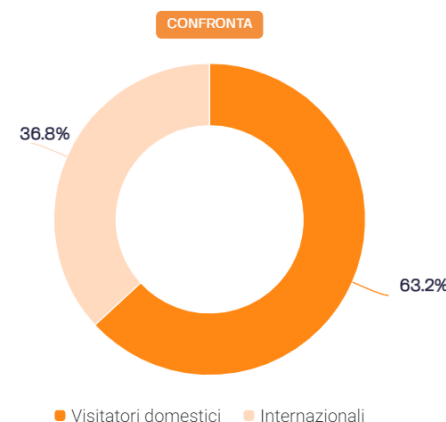
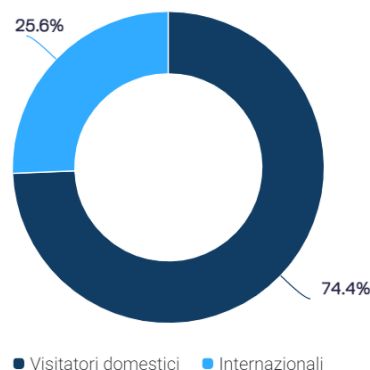
Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datappeal.io



- Nelle Langhe Monferrato Roero il **sentiment** complessivo risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato estero**, **92,3/100** vs **91,4/100** del **mercato italiano**. La **quota di recensioni estere** vale il **25,6%** del totale.
- Nella Borgogna il **sentiment** risulta essere **più positivo** tra gli utenti del **mercato francese**, **84,6/100** vs **83,9/100** del **mercato estero**. La **quota di recensioni estere** vale il **36,8%** del totale.



## Visitatori (2): Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

TOTALE

PERIODO

01/01/21 - 31/07/21

AREE

Langhe Monf.to  
Roero

PERIODO A CONFRONTO

01/01/21 - 31/07/21

AREE A CONFRONTO

Z. Borgogna

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

### MERCATI

|             | Contenuti       | Sentiment              |
|-------------|-----------------|------------------------|
| Italia      | 74,4% ▲<br>0,9% | 91,4/100 ▲<br>83,9/100 |
| Svizzera    | 7,7% ▲<br>2,4%  | 92,8/100 ▲<br>86,1/100 |
| Francia     | 3,6% ▼<br>63,2% | 90,4/100 ▲<br>84,6/100 |
| Germania    | 3,0% ▼<br>5,4%  | 93,0/100 ▲<br>84,4/100 |
| Paesi Bassi | 2,7% ▼<br>8,3%  | 92,9/100 ▲<br>82,1/100 |

- Nelle **Langhe Monferrato Roero** il **74,4%** delle recensioni sono redatte da **utenti italiani**; segue la **Svizzera** con il **7,7%**.
- Nella **Borgogna** il **63,2%** delle recensioni sono redatte da **utenti francesi**; seguono i **Paesi Bassi** con l'**8,3%**.



# Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

TOTALE

PERIODO

01/01/21 - 31/07/21

AREE

Langhe Monf.to  
Roero

PERIODO A CONFRONTO

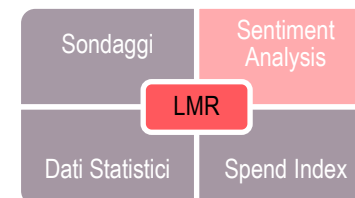
01/01/21 - 31/07/21

AREE A CONFRONTO

Z. Borgogna

|                                                                                                       | Contenuti        | Sentiment              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|
|  Coppie              | 62,9% ▲<br>45,9% | 93,0/100 ▲<br>85,2/100 |
|  Famiglie            | 14,7% ▼<br>29,5% | 92,6/100 ▲<br>83,5/100 |
|  Amici/Gruppo        | 13,6% ▲<br>7,2%  | 92,0/100 ▲<br>84,6/100 |
|  Singolo            | 8,0% ▼<br>16,1%  | 91,6/100 ▲<br>83,8/100 |
|  Viaggio di lavoro | 0,8% ▼<br>1,2%   | 92,4/100 ▲<br>80,1/100 |

- Nelle **Langhe Monferrato Roero** il **62,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **14,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **93/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **92,6/100**, e coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con **92,4/100**.
- Nella **Borgogna** il **45,9%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,5%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **85,2/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **84,6/100**, e i **single**, con **83,8/100**.



# Sentiment Analysis: Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

RICETTIVITÀ

PERIODO

01/01/21 - 31/07/21

PERIODO A CONFRONTO

01/01/21 - 31/07/21

AREE

Langhe Monf.to Roero

AREE A CONFRONTO

Z. Borgogna

COMPARTI

Ricettività

COMPARTI A CONFRONTO

Ricettività

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

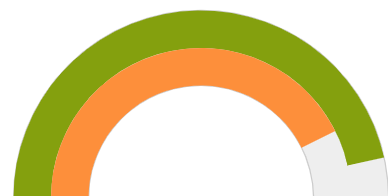
Dati Statistici

Spend Index

## 😊 SENTIMENT

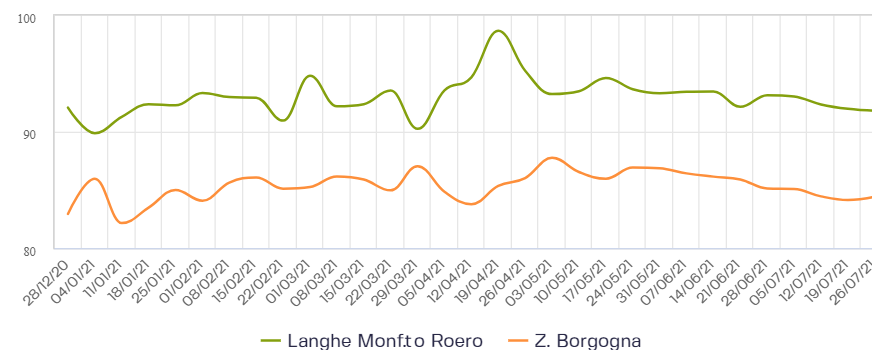
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONFETO ROERO  
VS Z. BORGOGNA



93,1 /100 vs. 85,3 /100

ANDAMENTO



Il **sentiment** nel comparto **ricettivo** risulta essere più positivo nelle **Langhe Monferrato Roero** rispetto alla **Borgogna**: **93,1/100** vs **85,3/100**.

DATA APPEAL  
STUDIO

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



DATA APPEAL  
STUDIO

www.datapeal.io





# Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

RICETTIVITÀ

PERIODO  
01/01/21 - 31/07/21

AREE  
Langhe Monf.to  
Roero

COMPARTI  
Ricettività

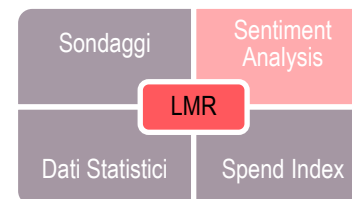
PERIODO A CONFRONTO  
01/01/21 - 31/07/21

AREE A CONFRONTO  
Z. Borgogna

COMPARTI A CONFRONTO  
Ricettività

|                                                                                                       | Contenuti        | Sentiment              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|
|  Coppie              | 63,1% ▲<br>45,7% | 93,2/100 ▲<br>85,5/100 |
|  Famiglie            | 14,7% ▼<br>29,7% | 93,0/100 ▲<br>83,9/100 |
|  Amici/Gruppo        | 13,4% ▲<br>7,1%  | 92,4/100 ▲<br>85,1/100 |
|  Singolo           | 7,9% ▼<br>16,4%  | 92,0/100 ▲<br>83,8/100 |
|  Viaggio di lavoro | 0,9% ▼<br>1,2%   | 92,7/100 ▲<br>79,7/100 |

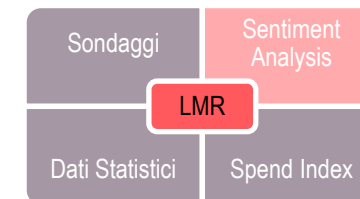
- Nelle Langhe Monferrato Roero il **63,1%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **14,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra le **coppie**, con un indice di **93,2/100** e, a seguire, fra le **famiglie**, con **93/100**, e coloro i quali viaggiano per **motivi di lavoro**, con **92,7/100**.
- Nella Borgogna il **45,7%** delle recensioni sono redatte dalle **coppie**, mentre il **29,7%** dalle **famiglie**. Il **sentiment** risulta essere **maggiormente positivo** tra gli **coppie**, con un indice di **85,5/100** e, a seguire, fra gli **amici/gruppi**, con **85,1/100**, e le **famiglie**, con **83,9/100**.



# Sentiment Analysis – Benchmark

| Comparto     | Langhe Monferrato Roero | Brunello | Chianti  | Franciacorta | Borgogna |
|--------------|-------------------------|----------|----------|--------------|----------|
| Ricettività  | 93,1/100                | 91,1/100 | 91,5/100 | 91/100       | 85,3/100 |
| Ristorazione | 89,7/100                | 90,3/100 | 90,4/100 | 87,8/100     | 85,1/100 |
| Complessivo  | 90,6/100                | 90,9/100 | 90,7/100 | 88,6/100     | 85,7/100 |

- Nella **ricettività**, le **Langhe Monferrato Roero** rilevano un parametro maggiore rispetto agli altri territori: **93,1/100**; segue il **Chianti**, con **91,5/100**.
- Nella **ristorazione**, invece, è il **Chianti** a possedere un valore superiore: **90,4/100**; segue il **Brunello**, con **90,3/100**.
- Il valore **complessivo** del **sentiment analysis** del **Brunello** è superiore rispetto a quello delle restanti aree territoriali: **90,9/100**, seguito dal **Chianti**, con **90,7/100**.



# Sentiment Analysis – Benchmark

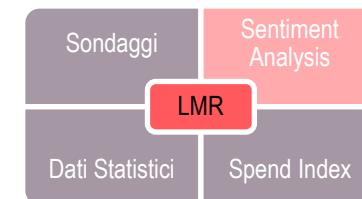
## Visitatori

| Comparto     | Langhe Monferrato Roero |          |                 | Brunello |          |                 | Chianti  |          |                 |
|--------------|-------------------------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|----------|----------|-----------------|
|              | % Italia                | % Estero | Paese Estero    | % Italia | % Estero | Paese Estero    | % Italia | % Estero | Paese Estero    |
| Ricettività  | 70,7%                   | 29,3%    | Svizzera (8,7%) | 79,1%    | 20,9%    | Germania (4%)   | 64,7%    | 35,3%    | Germania (7,9%) |
| Ristorazione | 82,4%                   | 17,6%    | Svizzera (5,7%) | 84,4%    | 15,6%    | Svizzera (1,7%) | 74,7%    | 25,3%    | Svizzera (3,4%) |
| Complessivo  | 74,4%                   | 25,6%    | Svizzera (7,7%) | 80,6%    | 19,4%    | Germania (3,6%) | 67,7%    | 32,3%    | Germania (7%)   |

- Il **Brunello** registra la percentuale più alta di **visitatori italiani: 80,6%**; la **Borgogna**, invece, rileva il maggior numero di **turisti stranieri, 36,8%** (primeggiano gli olandesi: 8,3%).

- Nella **ricettività** e nella **ristorazione** il valore più alto di **visitatori italiani** è rilevato nel **Brunello**: rispettivamente, **79,1%** e **84,4%**.
- Per quanto ne concerne i **turisti stranieri**, nella **ricettività** e nella **ristorazione** detiene la leadership la **Borgogna: 38,2%** e **30,7%**.

| Comparto     | Franciacorta |          |                 | Borgogna  |          |                    |
|--------------|--------------|----------|-----------------|-----------|----------|--------------------|
|              | % Italia     | % Estero | Paese Estero    | % Francia | % Estero | Paese Estero       |
| Ricettività  | 69,2%        | 30,9%    | Germania (9,3%) | 61,8%     | 38,2%    | Paesi Bassi (8,7%) |
| Ristorazione | 80,3%        | 19,7%    | Svizzera (3,8%) | 69,3%     | 30,7%    | Belgio (11,2%)     |
| Complessivo  | 73,9%        | 26,2%    | Germania (7,5%) | 63,2%     | 36,8%    | Paesi Bassi (8,3%) |



# Sentiment Analysis – Benchmark

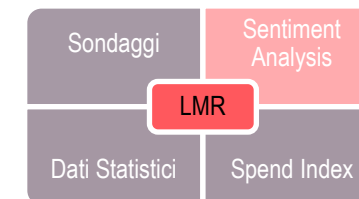
## Tipologie di Viaggio

| Comparto     | Langhe Monferrato Roero           | Brunello                          | Chianti                           |
|--------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Ricettività  | Coppie (63,1%) - Famiglie (14,7%) | Coppie (68,6%) - Famiglie (13,5%) | Coppie (59,7%) - Famiglie (21,7%) |
| Ristorazione | Coppie (62,3%) - Famiglie (15%)   | Coppie (68,7%) - Famiglie (12,2%) | Coppie (61,1%) - Famiglie (20,6%) |
| Complessivo  | Coppie (62,9%) - Famiglie (14,8%) | Coppie (68,7%) - Famiglie (13,4%) | Coppie (60%) - Famiglie (21,5%)   |

- Le recensioni sono redatte principalmente da **coppie** e **famiglie**.

- Tra le **coppie**, nel **Brunello**, spicca il **68,7%** registrato nel comparto **ricettivo** e nel **complessivo**.
- Nella **ristorazione**, spicca il **29,6%** di recensioni pubblicate dalle **famiglie** nella **Borgogna**.

| Comparto     | Franciacorta                      | Borgogna                          |
|--------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Ricettività  | Coppie (59,4%) - Famiglie (13,8%) | Coppie (45,7%) - Famiglie (29,7%) |
| Ristorazione | Coppie (61,6%) - Famiglie (13,5%) | Coppie (46%) - Famiglie (29,6%)   |
| Complessivo  | Coppie (59,9%) - Famiglie (13,9%) | Coppie (45,9%) - Famiglie (29,5%) |





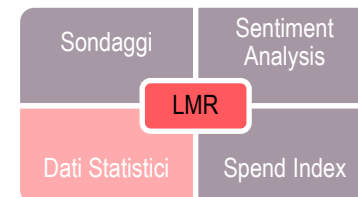
# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

***Dati statistici movimenti turistici  
Provvisori***

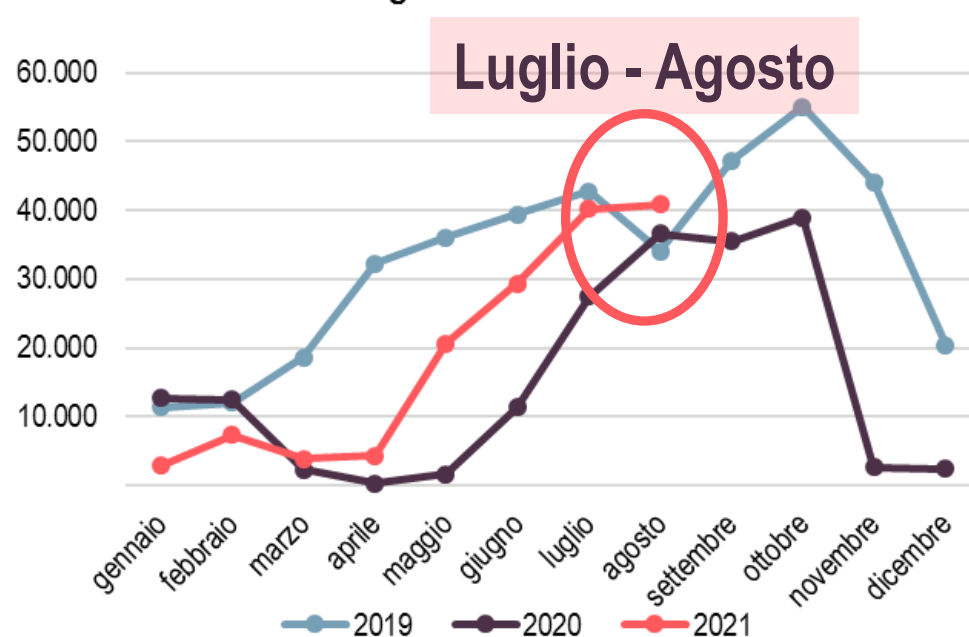


# Dati statistici dei movimenti turistici

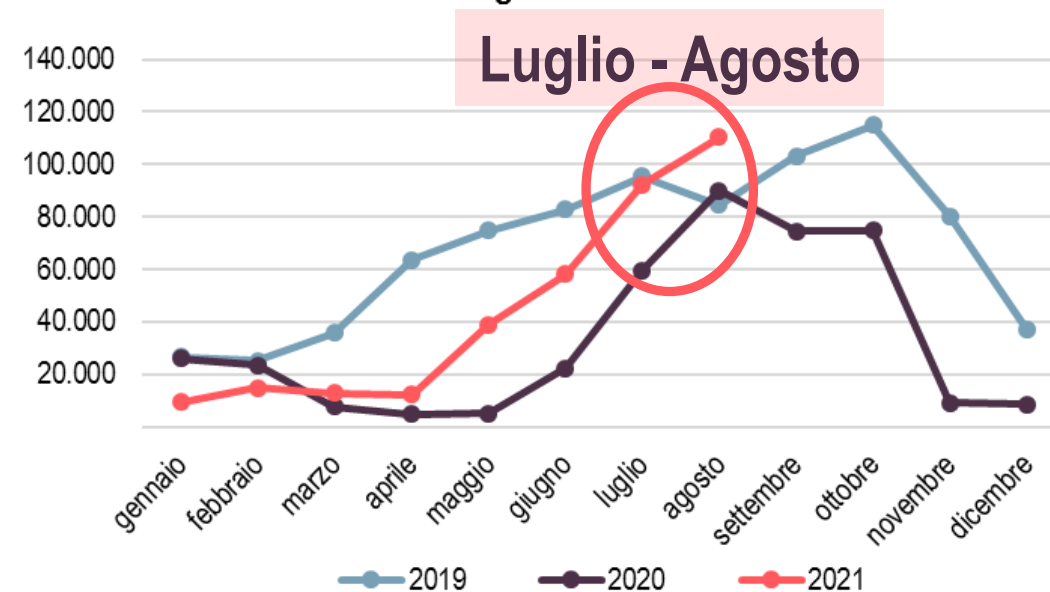
## Provvisori



Langhe e Roero - Arrivi



Langhe e Roero - Presenze



Per il territorio specifico delle Langhe e Roero, l'estate 2021 ha registrato movimenti turistici molto importanti: a luglio gli arrivi e presenze hanno quasi pareggiato i risultati del 2019 e ad **agosto** hanno registrato un **incremento di circa il 20% rispetto all'anno «pre covid-19»** (dati ancora provvisori).





# In sintesi (1/2)

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**.

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 a «Paesaggi, Gusto, Bellezza, Storia e Tradizioni». Ottime prospettive di attrarre questi visitatori nelle **prossime stagioni 2021 – 2022** emerge dalle **percentuali di intenzioni di viaggio in Italia**:

- **54%** (sicuramente sì / probabilmente sì) gli **svizzeri**,
  - **45%** (sicuramente sì / probabilmente sì) dal **BeNeLux**,
  - **63%** (sicuramente sì / probabilmente sì) dai **Paesi Scandinavi**,
- con ampie percentuali di indecisi (tra il 21% e 37%).

Se nei sondaggi sulla **popolazione italiana** del **2020**, così come per l'estate **2021**, il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** - con **Alba** - si è posizionato sempre al **secondo posto fra le destinazioni piemontesi** dopo il territorio del torinese come luogo di vacanza in Piemonte, dai primi dati per l'autunno **2021** emerge che

- la preferenza per il Piemonte aumenta arrivando al **54%**,
- il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** - con **Alba** conferma la posizione.







## In sintesi (2/2)

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** e si registra:

- un **aumento di recensioni**: + **12,1%** del comparto complessivo monitorato (75.000 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);
- in linea con le prime indicazioni dei movimenti turistici, in **aumento le recensioni di svizzeri, tedeschi** (i più positivi nel totale filiera) e **olandesi** (i più positivi per la ricettività).

Confrontando il territorio delle **Langhe Monferrato Roero**, con altri territori italiani comparabili per offerta turistica come il **Chianti**, il **Brunello** e la **Franciacorta** e con il territorio francese della **Borgogna**, emerge che:

- **Langhe Monferrato Roero** è il territorio con il **maggior numero di punti di interesse monitorati** fra i territori **italiani** (4.700), ma la **Borgogna** ne ha quasi il **doppio** (9.100); per il **comparto ricettivo** è confrontabile con il **Chianti**;
- il **sentiment** complessivo pari a **90,6/100** è maggiore di quello per la **Borgogna**, di poco inferiore al **Chianti** e al **Brunello**; il valore del **sentiment** per il **comparto ricettivo** **Langhe Monferrato Roero** pari a **93,1/100** è il migliore fra i territori a confronto.

I **dati statistici provvisori dei movimenti turistici** indicano un primo bilancio dei **mesi estivi 2021** estremamente positivo per l'area **Langhe e Roero**: ad **agosto circa + 20% rispetto al 2019**.



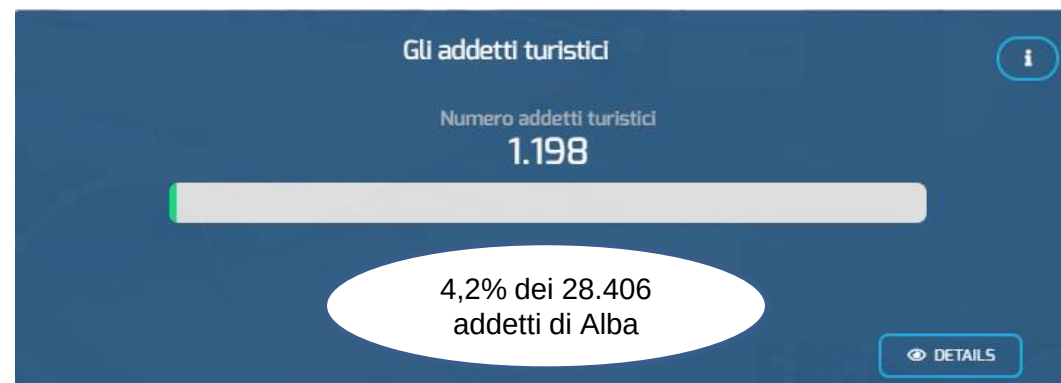
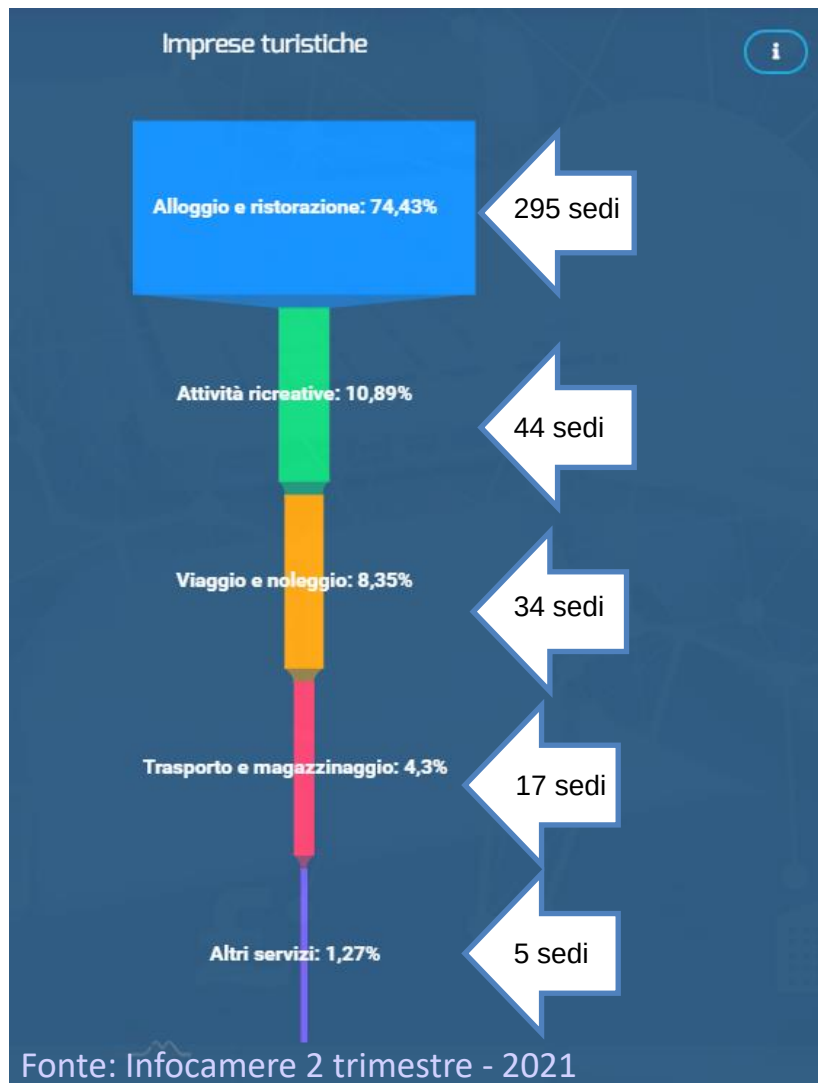


# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

## *Dati statistici delle imprese*



# L'offerta turistica nel comune di Alba - Le imprese



# L'offerta turistica nel comune di Alba - Le imprese



Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

# L'offerta turistica nel comune di Alba - Le imprese



# L'offerta turistica nel comune di Alba - Le imprese

## Tasso Turnover

Andamento trimestrale della differenza tra il tasso di natalità e di mortalità



Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

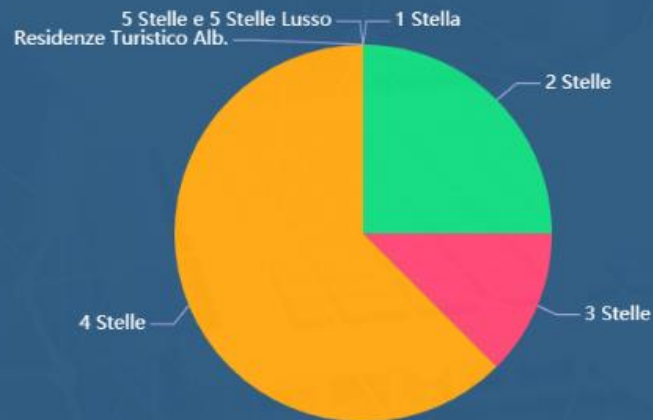


# L'offerta turistica nel comune di Alba

Strutture alberghiere per tipologia di alloggio

DETAILS

1 Stella 2 Stelle 3 Stelle 4 Stelle 5 Stelle e 5 Stelle Lusso Residenze Turistico Alb.

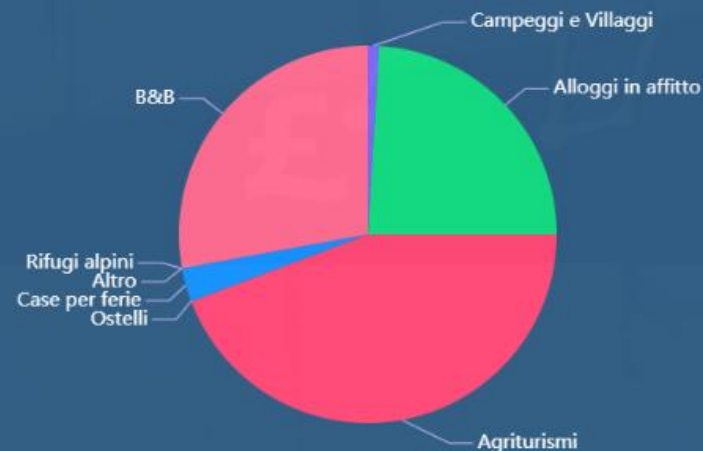


Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021

Strutture extra alberghiere per tipologia di alloggio

DETAILS

Campeggi e Villaggi Alloggi in affitto Agriturismi Ostelli Case per ferie Rifugi alpini  
Altro B&B



Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index





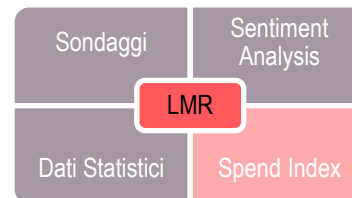
# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

## *Spend Index*





# TURISMO E PANDEMIA

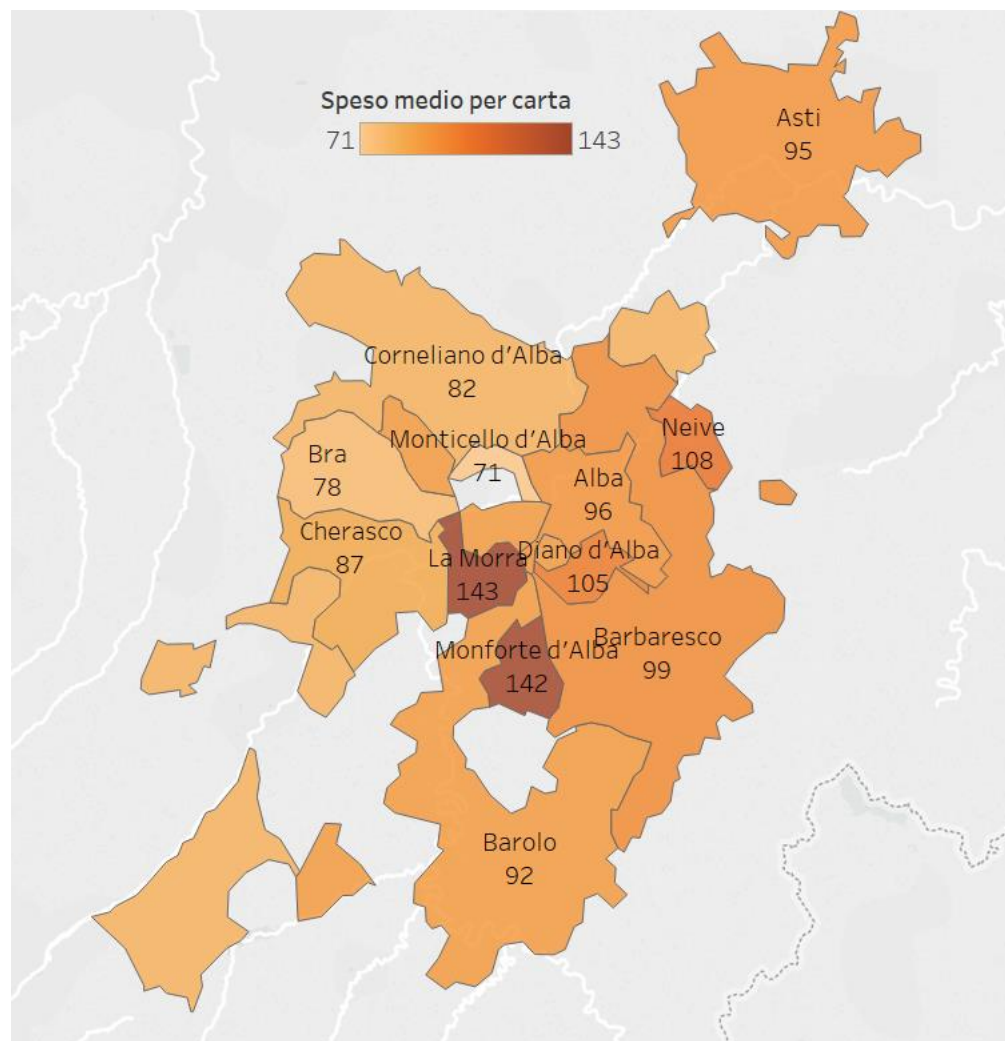
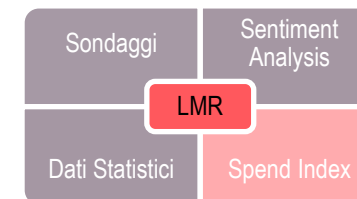


Nel 2020, la crisi sanitaria e le relative misure di contrasto hanno determinato un drastico calo dei flussi turistici, sia in entrata sia in uscita dal nostro Paese.



In un anno si è registrato un calo di oltre 63 miliardi di euro per il consumo turistico interno e di 31 miliardi per il valore aggiunto che scende ben al di sotto dei livelli del 2010 (68 miliardi nel 2020 contro 80 miliardi). Il calo dell'attività turistica ha inciso per oltre un quarto sulla perdita complessiva del valore aggiunto registrata in Italia.

# 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<sup>a</sup> 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 €), quello più ridotto appartiene a Monticello D'Alba (71 €).

**Nel comune di Alba lo speso medio settimanale per carta si attesta a 96 euro (il ticket medio a 58,94 euro).**



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



# Spend Index

## Analisi dei macro trend acquisti territorio albese

Sondaggi

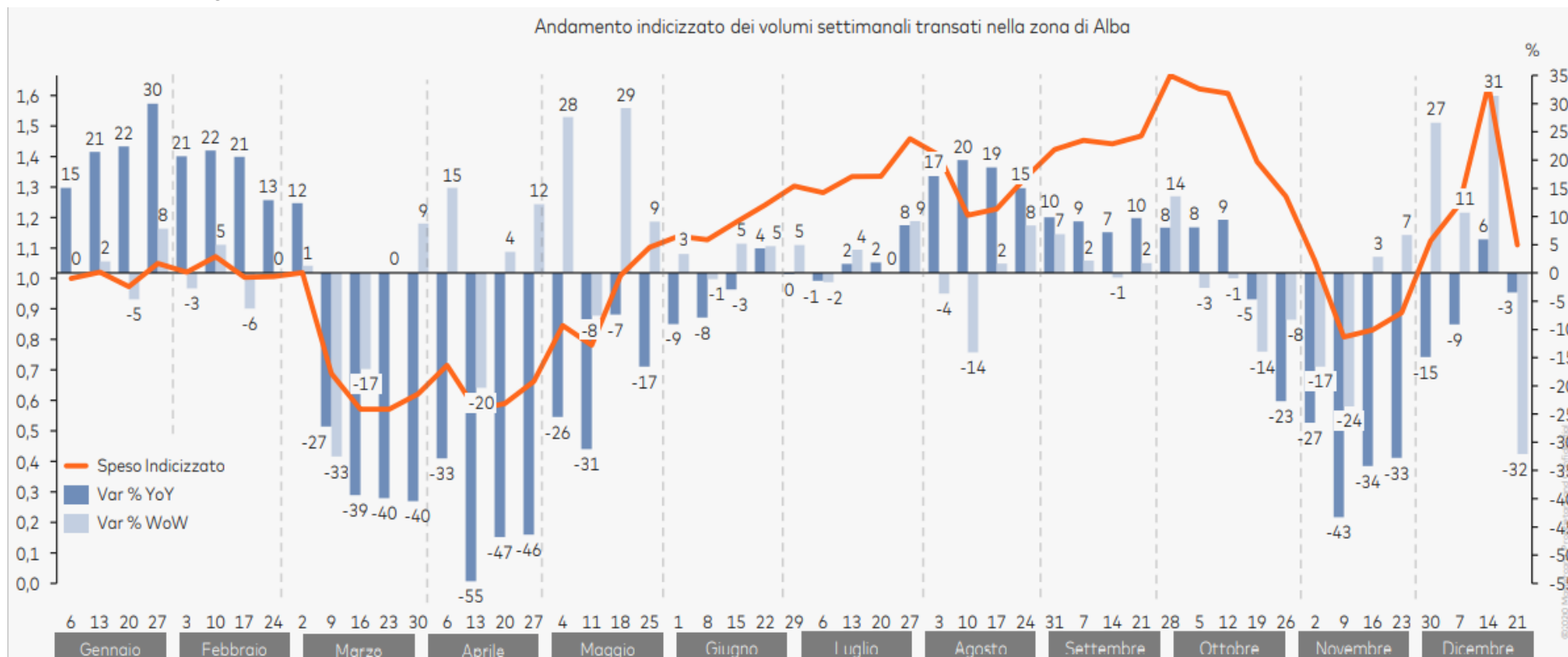
Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

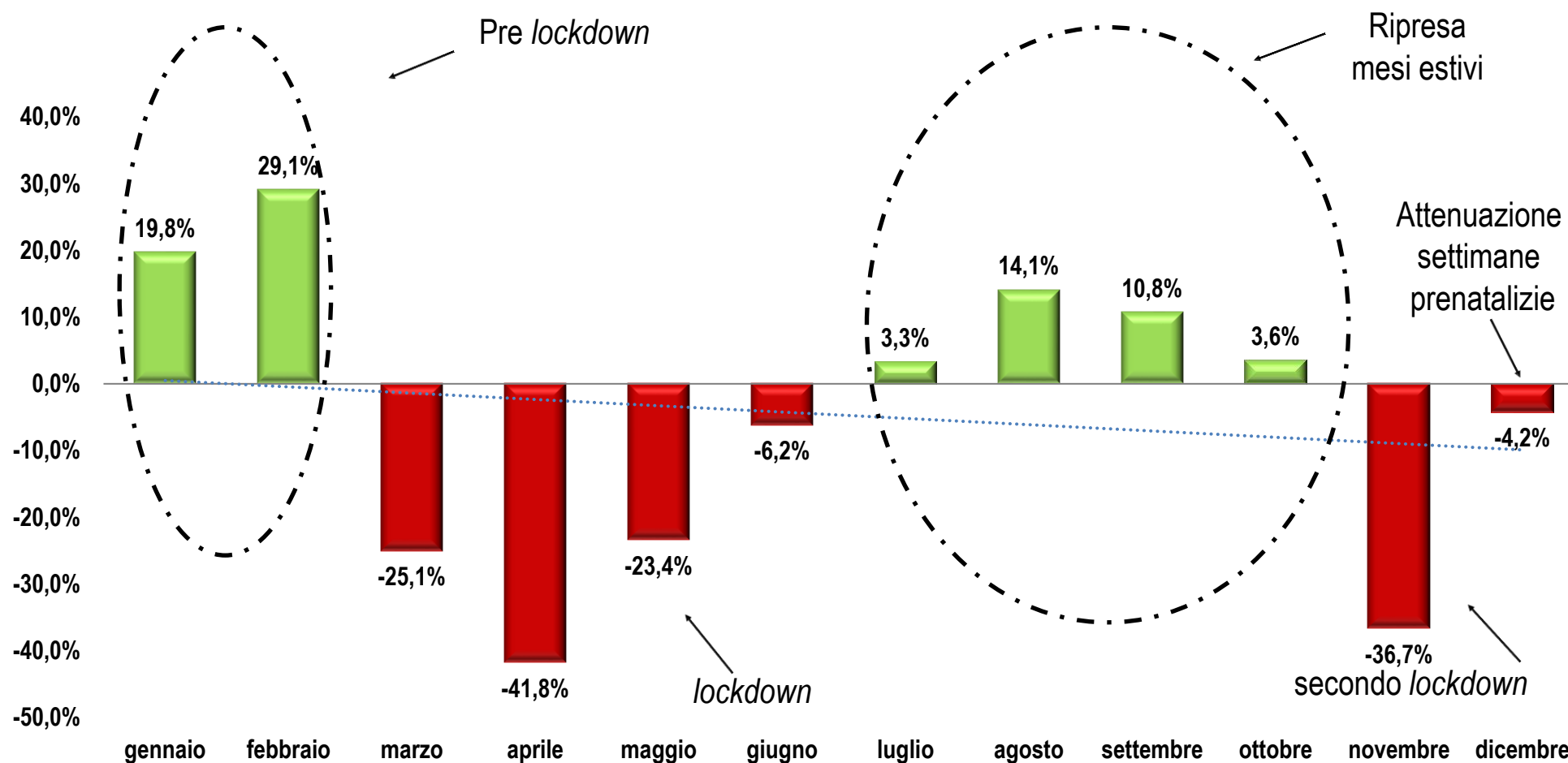
- Dopo la fine del primo *lockdown* si è assistito ad una graduale ripresa dei volumi transati;
- Le restrizioni introdotte nel mese di novembre hanno portato ad un significativo calo del trend di spesa;
- Con la riapertura dei negozi a partire da inizio dicembre e l'avvicinarsi del periodo Natalizio,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



# Spend Index

## Trend mensile di spesa indicizzato aggregato albeso

Variazione media annua -5,9%



Sondaggi

Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



# Spend Index

## Trend mensile di speso indicizzato comune di Alba

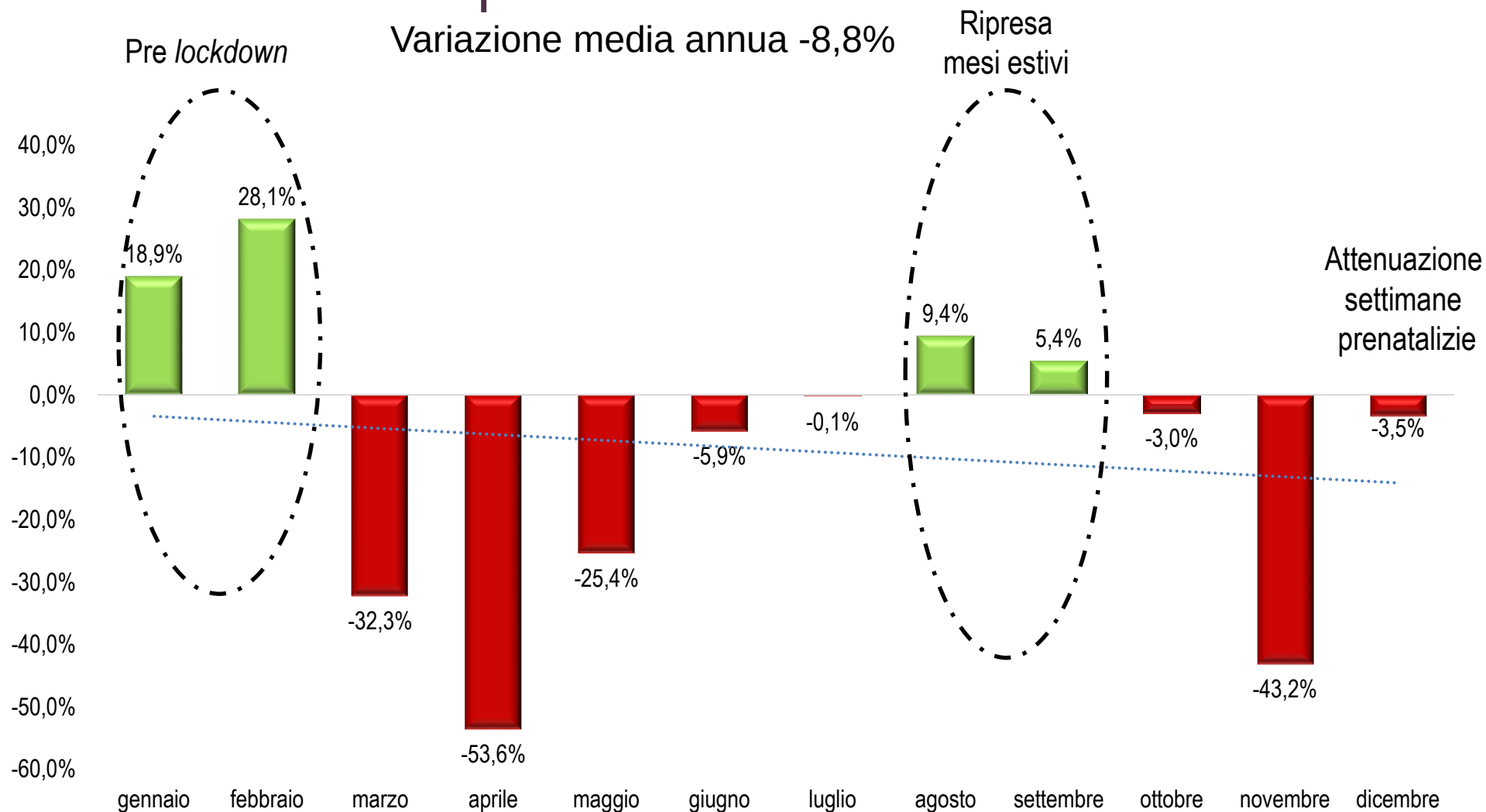
Sondaggi

Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index



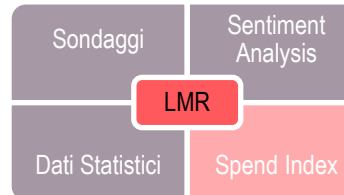
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte





# Spend Index

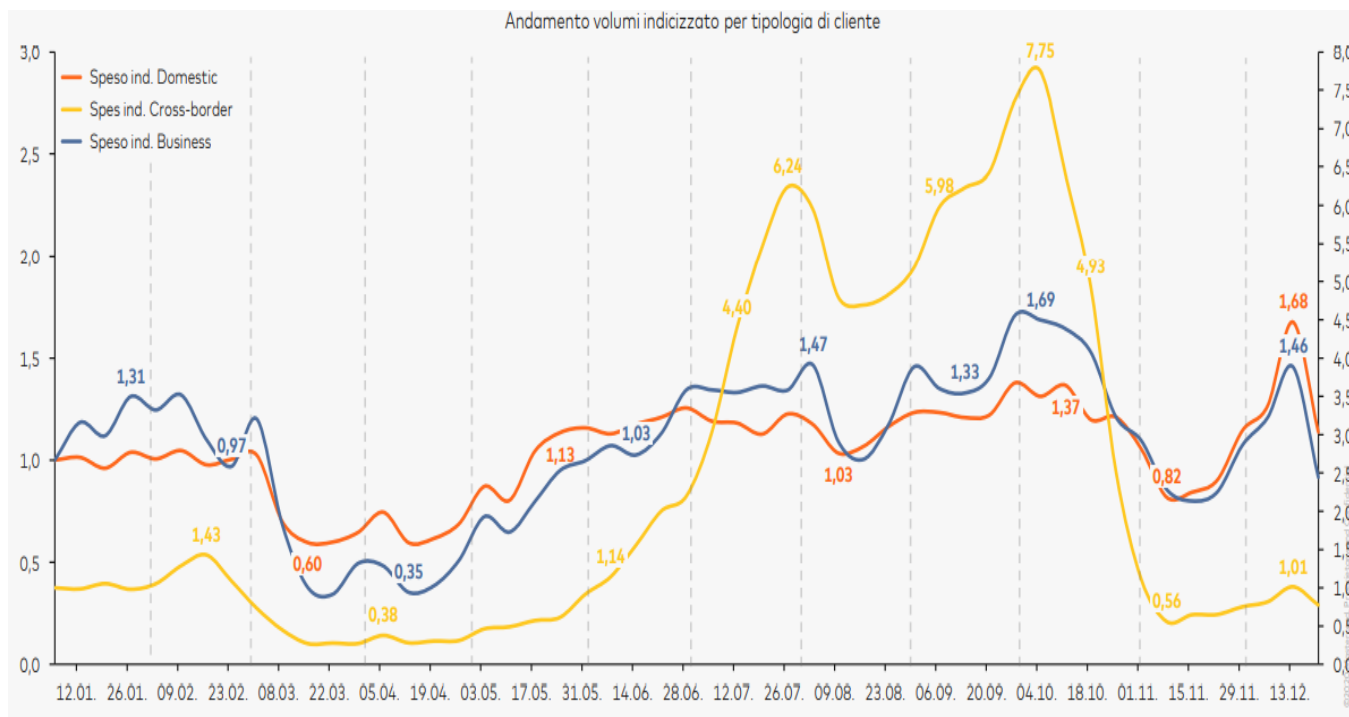
## Trend di spesa indicizzata per tipologia di carta



- 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



### Speso medio settimanale per carta

Cross-border = 190 euro area (-45,5%)  
152 euro Alba (-51,0%)

Domestic = 94 euro area (+5,0%)  
90 euro Alba (+2,3%)

Business = 168 euro area (-21,3%)  
162 euro Alba (-21,1%)



# Spend Index

## Trend di spesa indicizzata per settore

Sondaggi

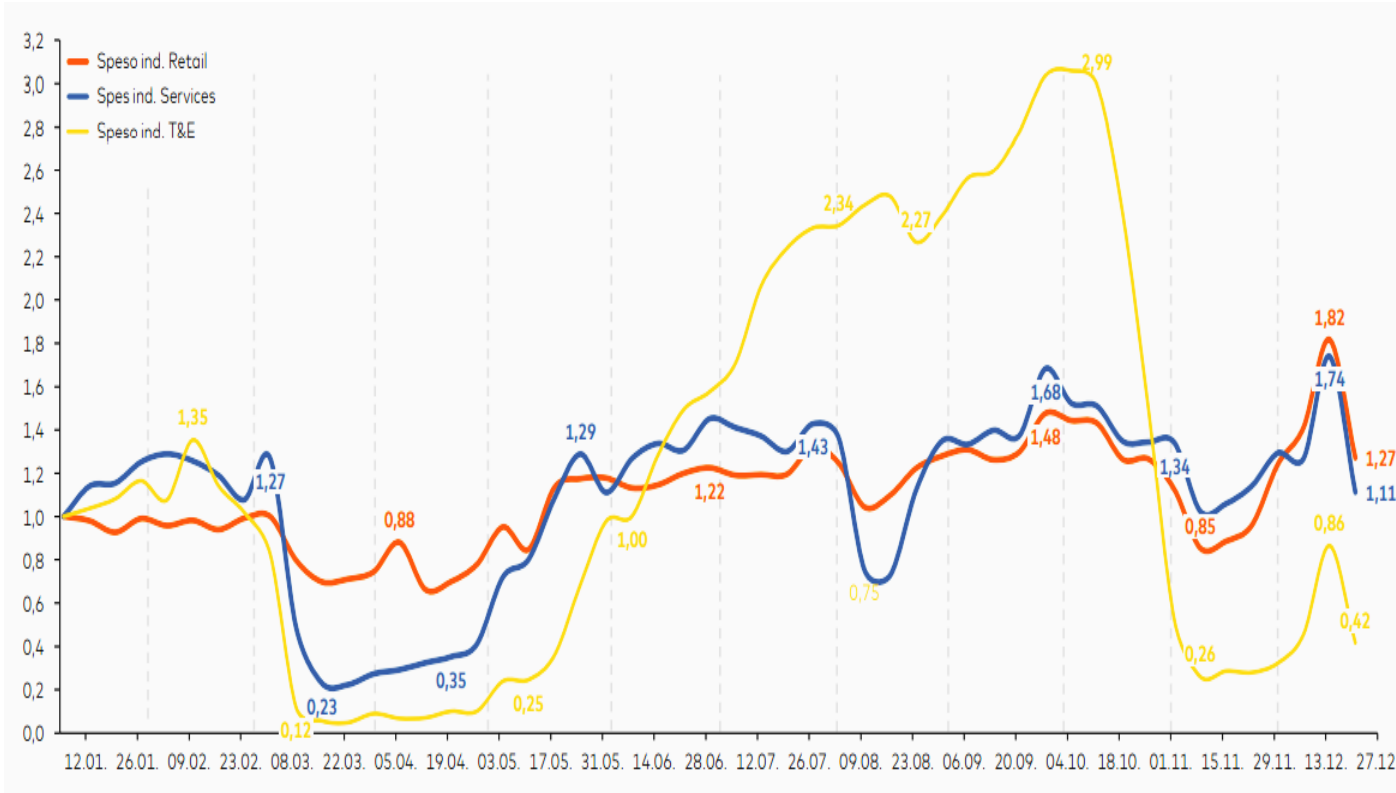
Sentiment  
Analysis

LMR

Dati Statistici

Spend Index

- 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.



### Speso medio settimanale per carta

Retail = 81 euro area (+5,3%)

78 euro Alba (+2,5%)

Services = 116 euro area (+13,5%)

122 euro Alba (+4,4%)

T&E = 71 euro area(-38,2%)

74 euro Alba (-42,3%)

# Spend Index

## Indice di spesa per nazionalità

Sondaggi

Sentiment  
Analysis

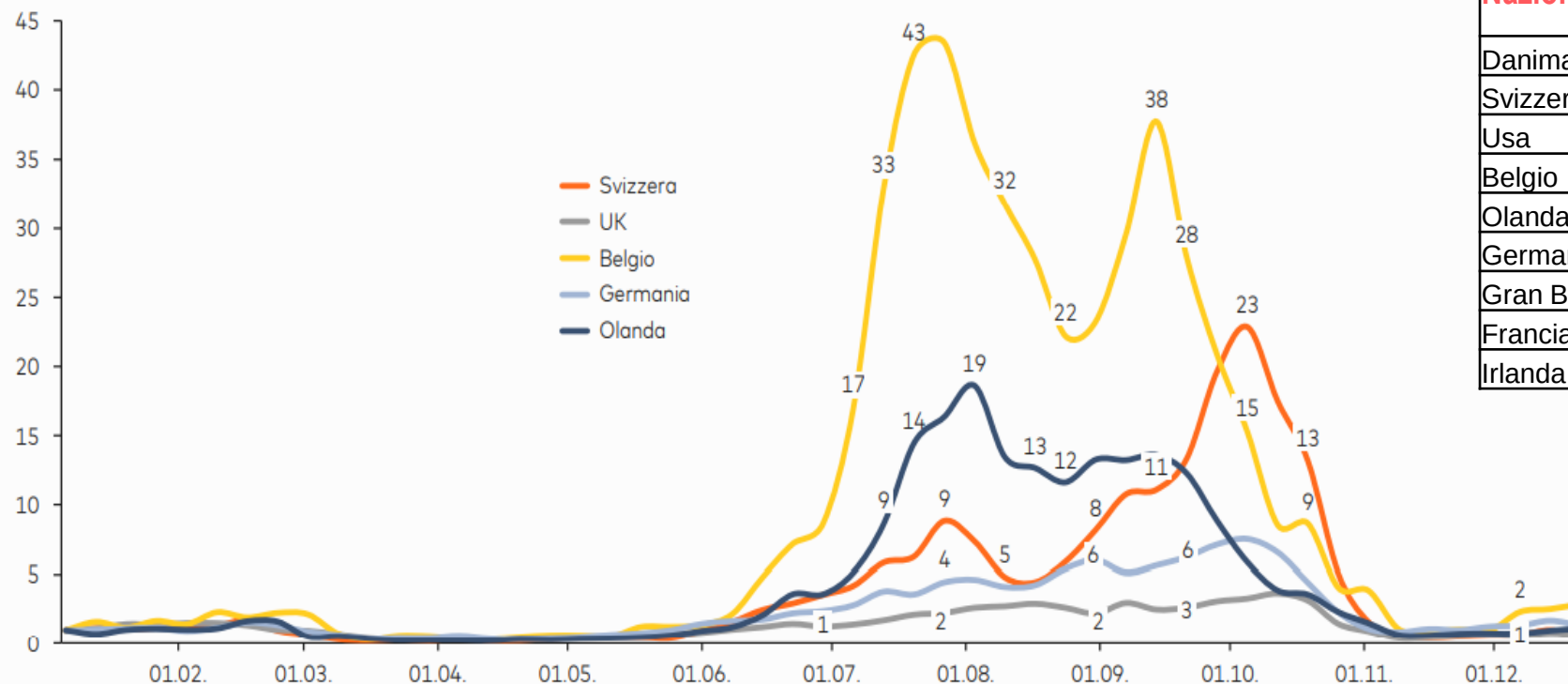
LMR

Dati Statistici

Spend Index

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

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



| Nazione       | Speso medio per carta settimanale in euro |
|---------------|-------------------------------------------|
| Danimarca     | 367,68                                    |
| Svizzera      | 311,69                                    |
| Usa           | 309,88                                    |
| Belgio        | 233,48                                    |
| Olanda        | 220,45                                    |
| Germania      | 183,60                                    |
| Gran Bretagna | 151,34                                    |
| Francia       | 149,10                                    |
| Irlanda       | 76,62                                     |



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



# Spend Index

## Variazione percentuale media per CAP

Sondaggi

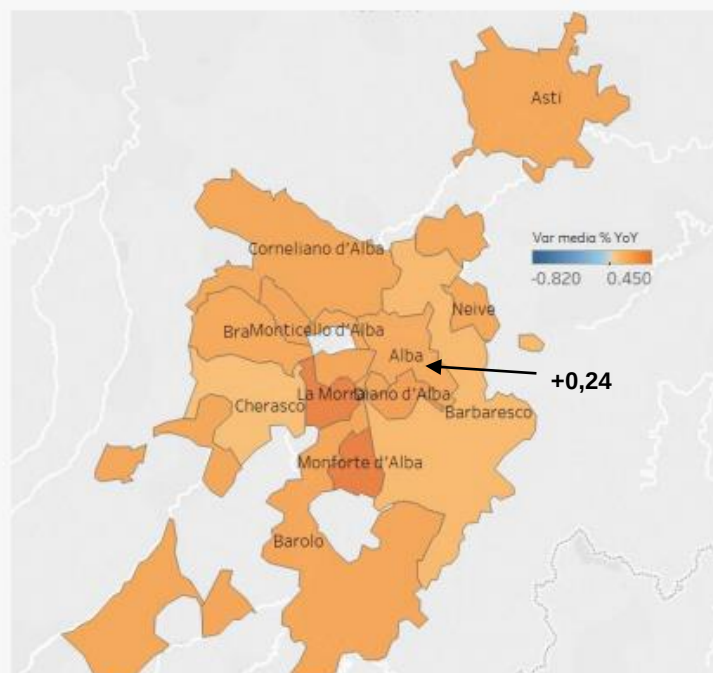
Sentiment  
Analysis

LMR

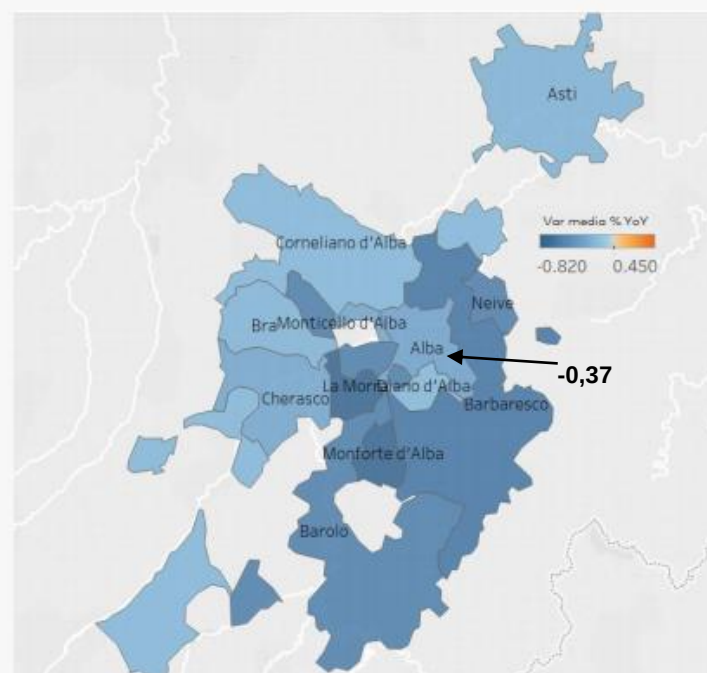
Dati Statistici

Spend Index

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

Var media % YoY

-0.82

0.45

# Spend Index

## Variazione percentuale media per CAP

Sondaggi

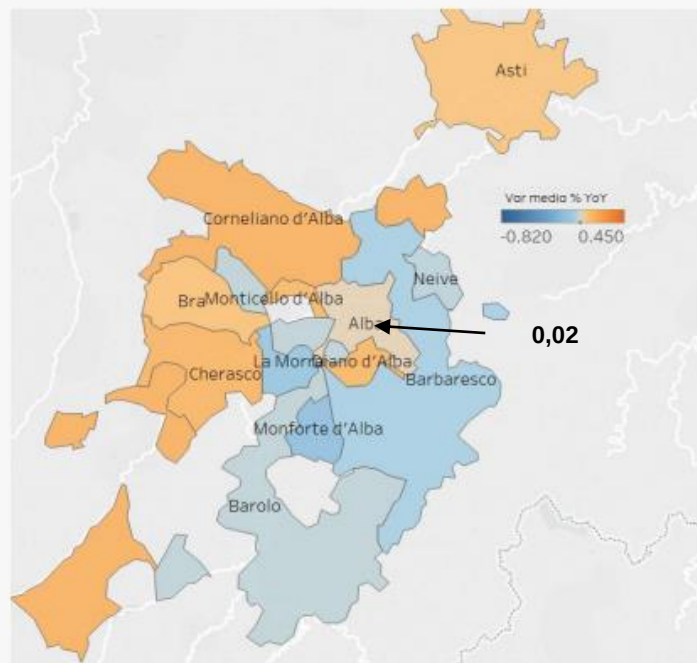
Sentiment  
Analysis

LMR

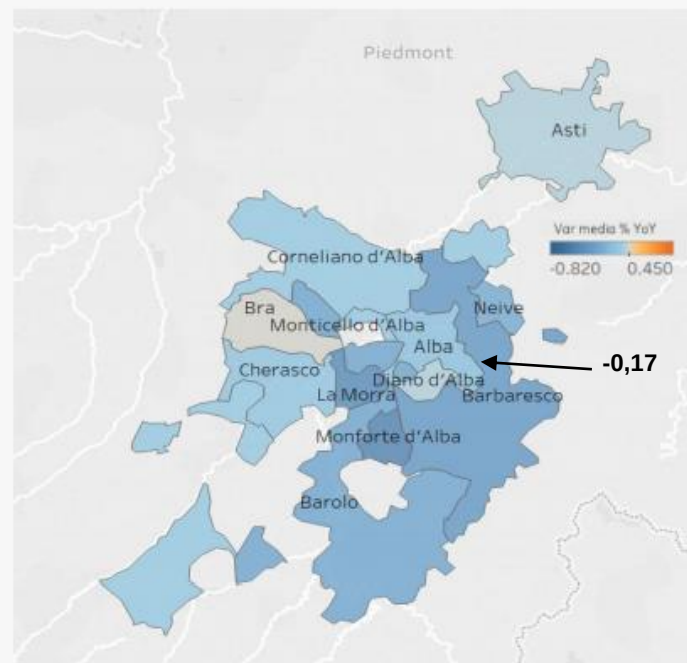
Dati Statistici

Spend Index

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

Var media % YoY

-0.82

0.45



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte





# In sintesi

- A livello nazionale nel 2020 si è registrato un calo di oltre 63 miliardi di euro per il consumo turistico interno e di 31 miliardi per il valore aggiunto che scende ben al di sotto dei livelli del 2010 (68 miliardi nel 2020 contro 80 miliardi). La contrazione dell'attività turistica ha inciso per oltre un quarto sulla perdita complessiva del valore aggiunto registrata in Italia.
- Attraverso i dati relativi allo **Spend Index**, si rileva come **nei primi mesi del 2020 si sia registrata una crescita dei volumi transati** rispetto all'anno precedente su tutto il territorio albeso, 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.
- 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 spesa 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 albeso la contrazione massima dello spesa è stata registrata del mese di aprile (-41,8% albeso, -53,6 Alba), seguita dal mese di novembre (-36,7% albeso, -43,2% Alba). **La variazione complessiva media annuale rispetto al 2019 si è attestata al -5,9% per l'intera area. Concentrando l'analisi sul comune di Alba si rileva una contrazione di maggior entità, pari al -8,8%.**



# Grazie per l'attenzione

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-lmr/>

