











# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Incontro Bra (CN)



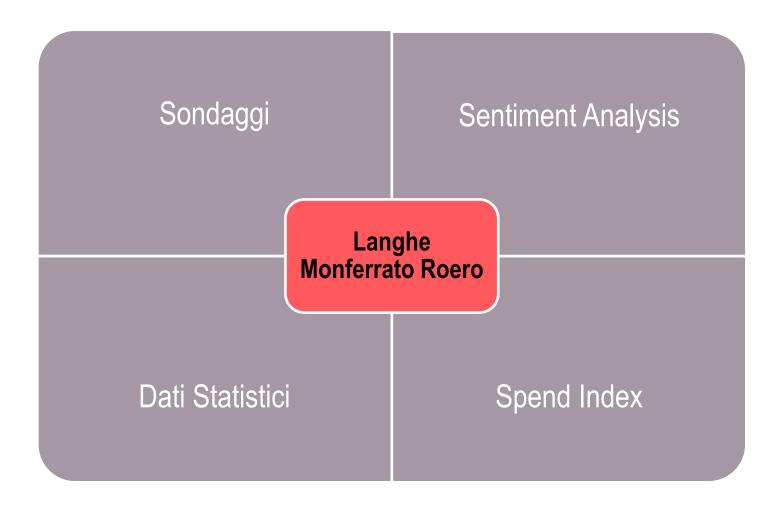
Bra (CN), 20 settembre 2021





## Osservatorio Langhe Monferrato Roero:

## il cruscotto

















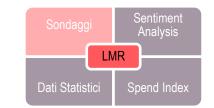
# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Sondaggio Italia

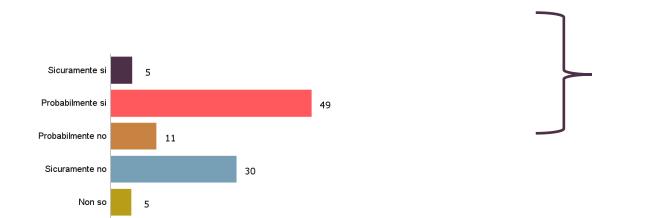




# Propensione di viaggio in Piemonte degli italiani per l'autunno 2021







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).

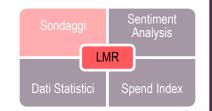


Da sottolineare che **chi ha fatto una vacanza in Piemonte** negli ultimi tre anni ha un **livello di soddisfazione** molto alto: in una scala da 1 a 5 **voto massimo** per il **62%** dei casi (mentre era il 54% nella rilevazione autunnale del 2020) e **voto 4** per il **34%**. Il **97%** dichiara che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

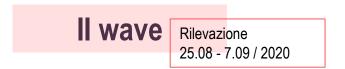


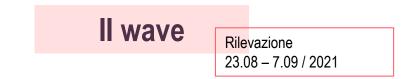


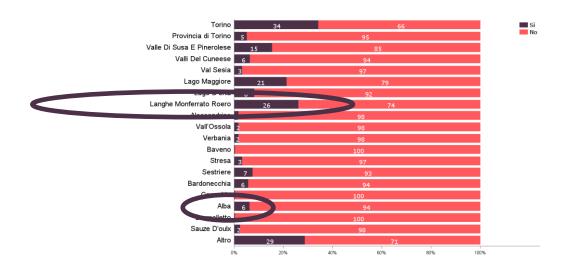
# Sondaggio sugli Italiani e la vacanza in autunno nel 2020 vs 2021



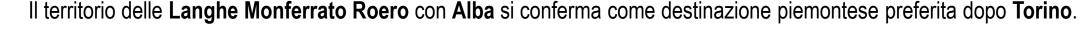
D17 - In quale località trascorrerà la sua vacanza dei prossimi mesi in Piemonte?







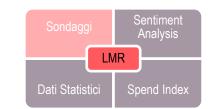




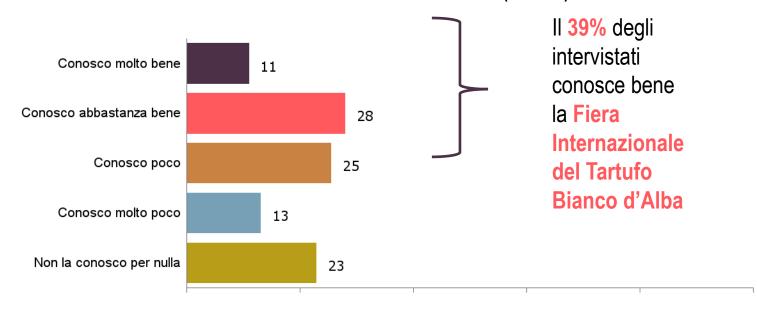




# Sondaggio sugli Italiani e la vacanza in autunno nel 2020 vs 2021 La Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba







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%

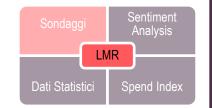




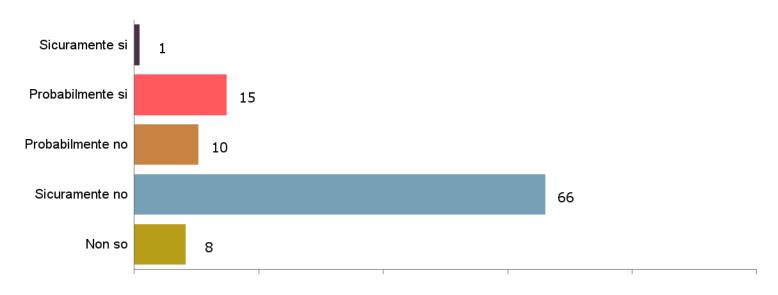




# Sondaggio sugli Italiani e la vacanza in autunno nel 2020 vs 2021 La Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba



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





## Svizzera e Mercati Nord Europei La conoscenza del Piemonte



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





**RENELLIY** 

SCANDINAVIA

SVI77FRA

		SVIZZEKA	DENELUA	SCANDINAVIA
Sondaggi Sentiment Analysis	Paesaggi	66	60 —	54
Allalysis	Gusto	76	35	40
LMR	Bellezza	37	42	39
Dati Statistici Spend Index	Storia	26	34	44
	Tradizione	37	37	32
AND DESCRIPTION	Borghi Antichi	40	40	18
	Città/Luoghi d'Arte	19	30	30
E P	ercorsi, Itinerari, Strade	18	23	12
fonte: indagine Gfk Italia	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

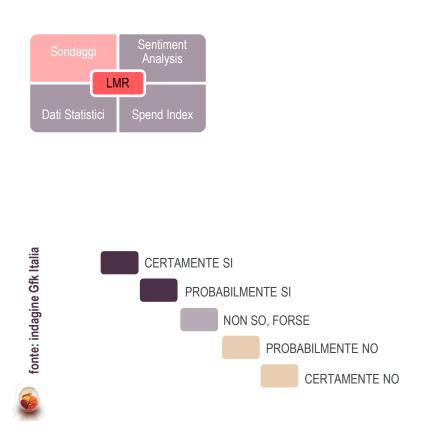
## Svizzera e Mercati Nord Europa

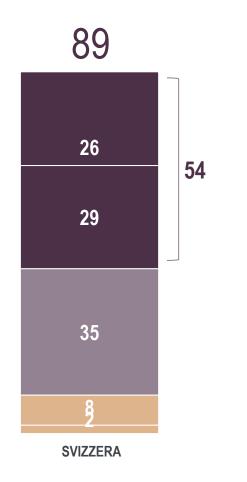
## Le prossime vacanze: l'Italia come possibile destinazione

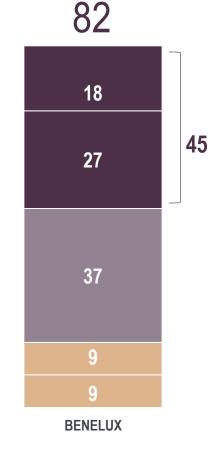
B01. Considerando la Sua voglia di viaggiare all'estero nei prossimi 12 mesi, prenderebbe in considerazione l'Italia come possibile futura destinazione di una delle Sue vacanze?

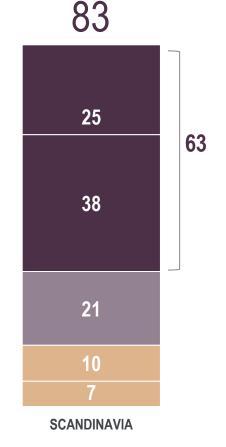
Base: totale campione (1.400)

valori %







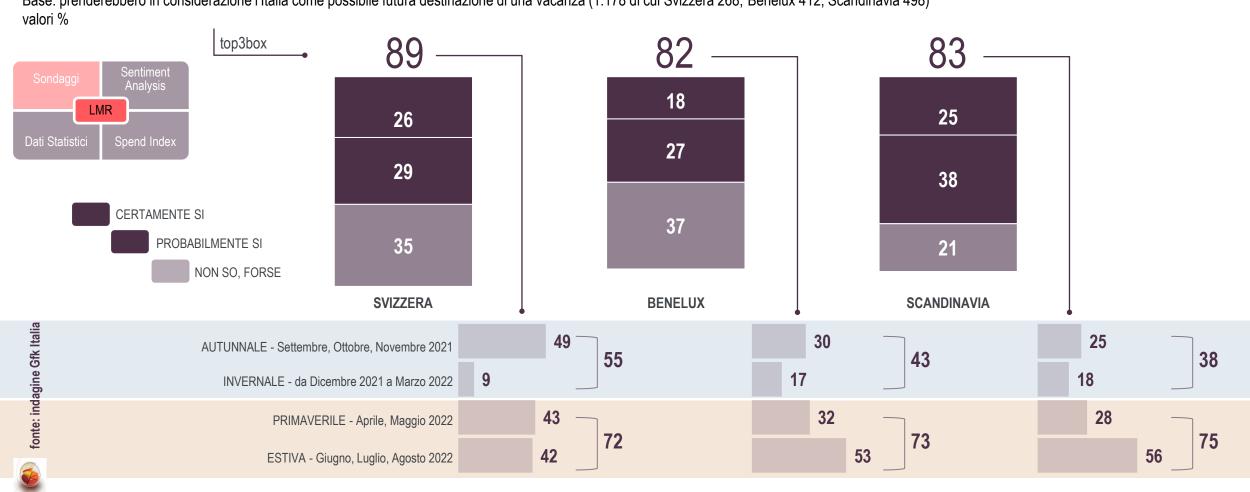




## Svizzera e Mercati Nord Europa Le prossime vacanze: l'Italia come possibile destinazione

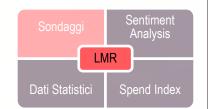
#### B02. E la prenderebbe in considerazione per una vacanza ... QUANDO?

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





## Svizzera e Mercati Nord Europa Relazioni tra Piemonte e Aspettative ranking sul Totale Paesi



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

Base: totale campione (1.400)

valori %

Mi aspetto di ...

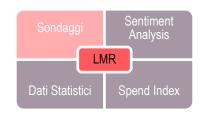
trovarmi	Immarca	in iin	'atmostara	conviviale	<b>5</b> 4
 uovaiiii	111111111111111111111111111111111111111	III UII	allilosicio	LUIIVIVIAIC	-:) I

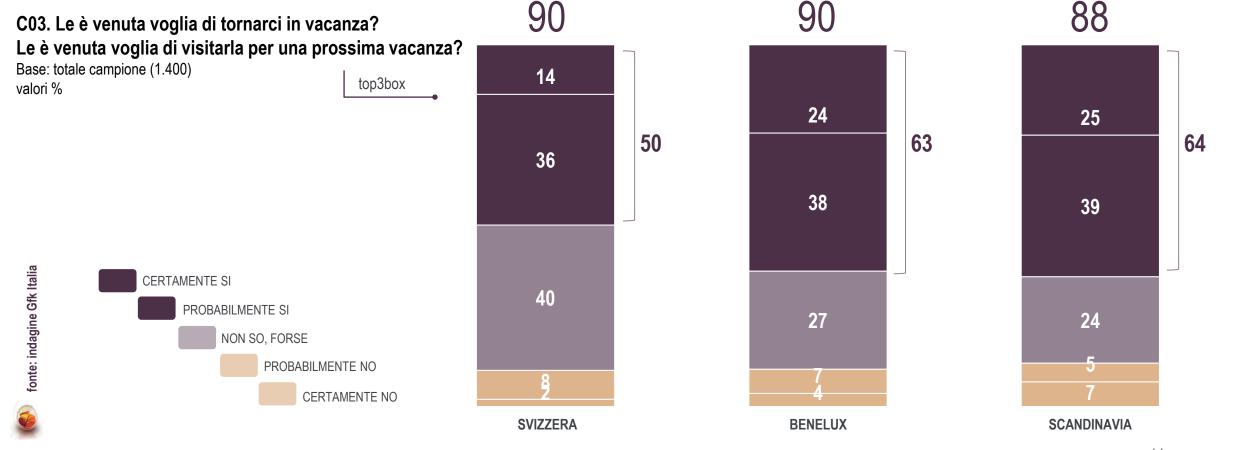
- ... sedermi a sorseggiare un corposo e profumato bicchiere di vino accompagnato da dell'ottimo cibo 46
  - ... assaporare silenzi, ritrovare equilibrio, serenità e pace 46
    - ... godere del colore cangiante dei suoi paesaggi 42
  - ... immergermi nella vita, nelle tradizioni e nel costume delle sue città 39
  - ... trascorrere il tempo tra imperdibili ed uniche bellezze artistiche ed architettoniche 35
  - ... avere a disposizione una Natura poco affoliata, 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

















# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Sentiment Analysis

Gennaio – Luglio 2021

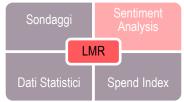
(1/01/2021 - 31/07/2021)

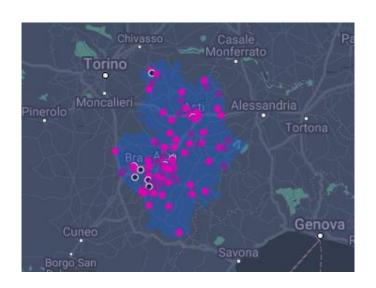


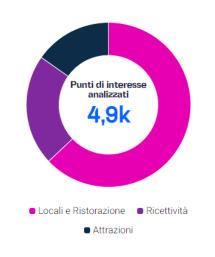


# Sentiment Analysis – Punti Interesse

### **Langhe Monferrato Roero**









- 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).



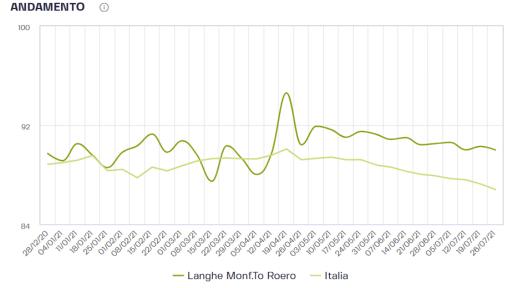


# **Sentiment Analysis**

### **Langhe Monferrato Roero**







• 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**







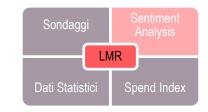
- Il 74,5% delle recensioni è redatto da utenti italiani; segue la Svizzera con il 7,7%.
- Il sentiment complessivo risulta essere più positivo tra gli utenti del mercato estero, 92,3/100 vs 91,4/100 del mercato italiano.
- La quota di recensioni estere vale il 25,5% del totale.
- Tra le recensioni estere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



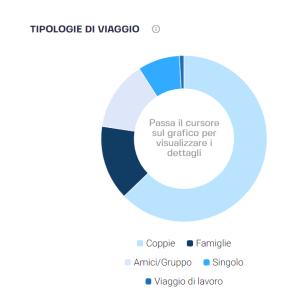


## Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

## **Langhe Monferrato Roero**







	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% •	92,9лоо

- 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.

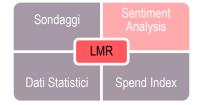




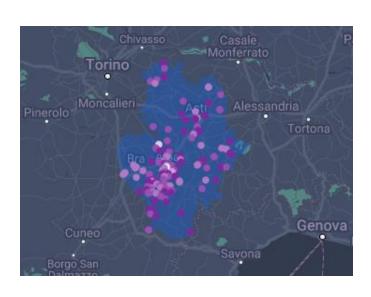
## **Sentiment Analysis – Punti Interesse**

## **Langhe Monferrato Roero**













- 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).



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

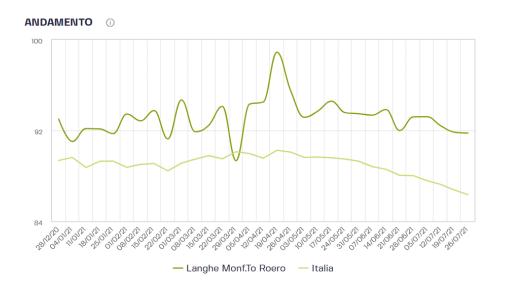
## **Sentiment Analysis**

### **Langhe Monferrato Roero**









• 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.

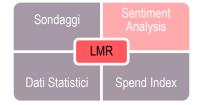




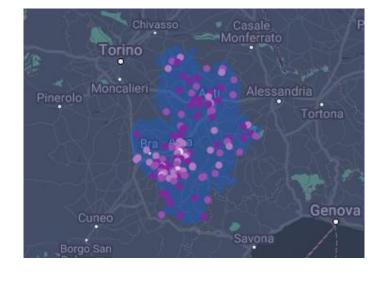
## **Sentiment Analysis – Visitatori**

### **Langhe Monferrato Roero**

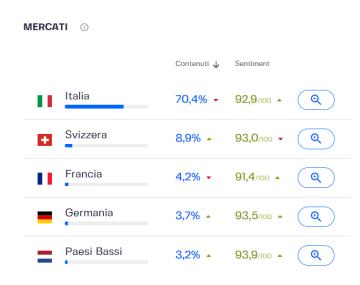












- Il 70,4% delle recensioni è redatto da utenti italiani; segue la Svizzera con l'8,9%.
- Il sentiment risulta essere identico tra gli utenti del mercato estero e quelli del mercato italiano: 92,9/100.
- La quota di recensioni estere vale il 29,6% del totale.



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

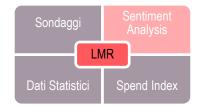
• Tra le recensioni estere il numero maggiore proviene da svizzeri, francesi e tedeschi.

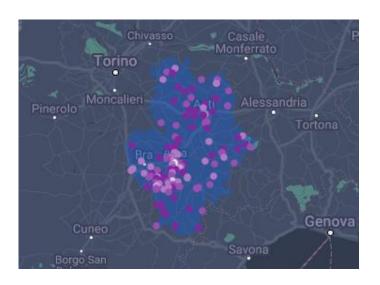


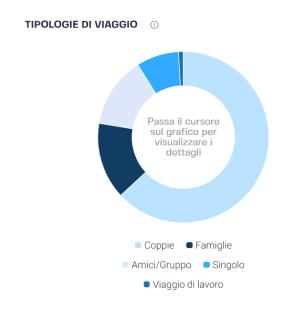
## Sentiment Analysis – Tipologie di Viaggio

#### RICETTIVITÀ

### **Langhe Monferrato Roero**



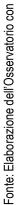






- La quota maggiore delle recensioni è redatta da coppie: 63,1%.
- A seguire le famiglie: 14,5%.
- Il sentiment è più positivo tra coloro i quali viaggiano per motivi di lavoro con un indice di 93,5/100, e, a seguire, fra le coppie, con 93,4/100 e le famiglie, con 93,3/100.





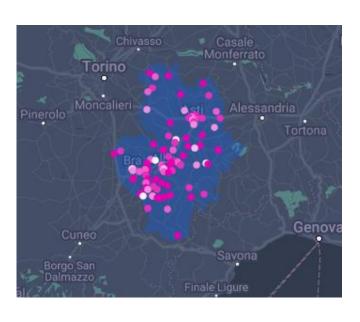


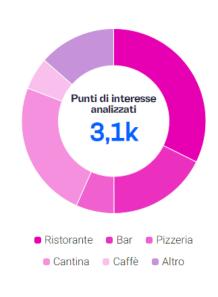
## Sentiment Analysis – Punti Interesse Langhe Monferrato Roero

#### RISTORAZIONE



# T DATA APPEA STUDIO







- 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).

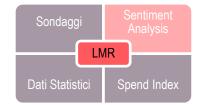


Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

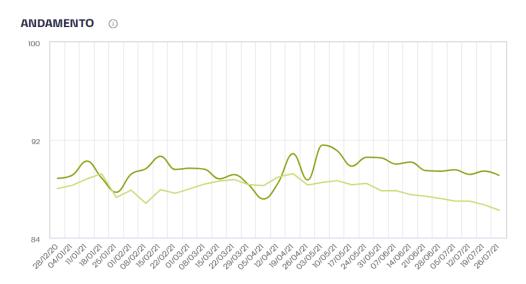
## **Sentiment Analysis**

### **Langhe Monferrato Roero**









• 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.

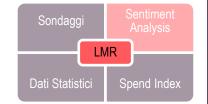


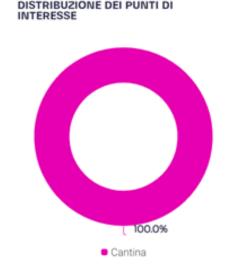


# **Sentiment Analysis – Punti Interesse**

## **Langhe Monferrato Roero vs Piemonte**









- Per il **Piemonte**, il monitoraggio della rete si riferisce a **777 cantine**; per le **Langhe Monferrato Roero**, il monitoraggio della rete si riferisce a 708 cantine.
- I contenuti monitorati per la valutazione del sentiment in rete per le cantine del Piemonte sono 3.900 (+31,9% rispetto all'anno precedente), mentre per le Langhe Monferrato Roero sono 3.300.





## **Sentiment Analysis**

### **Langhe Monferrato Roero vs Piemonte**





**PIEMONTE** 





- Il **sentiment** rilevato in **Piemonte** relativamente al segmento **cantine** risulta pari a **93,8/100** (+0,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).
- Per il territorio delle Langhe Monferrato Roero sale a 94,1/100 (+0,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).















# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

# Sentiment Analysis - Benchmark

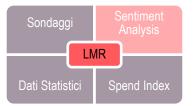
Gennaio – Luglio 2021

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



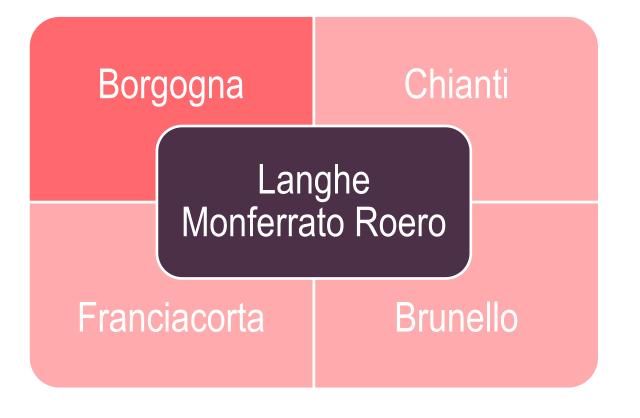


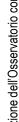
## **Sentiment Analysis – Benchmark**



#### **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	<b>Langhe Monferrato Roero</b>	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	<b>Langhe Monferrato Roero</b>	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



Il **sentiment** risulta essere più

Roero rispetto alla Borgogna:

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

positivo nelle Langhe Monferrato



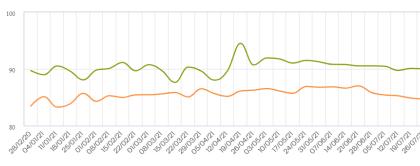
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONFTO ROERO VS Z. BORGOGNA





ANDAMENTO



— Langhe Monf.to Roero — Z. Borgogna





www.datappeal.io



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

DATA APPEAL Studio

B



#### Visitatori (1): Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

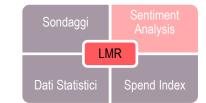
#### **TOTALE**

 PERIODO
 AREE

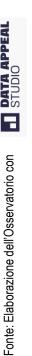
 01/01/21 - 31/07/21
 Langhe Monf.to Roero

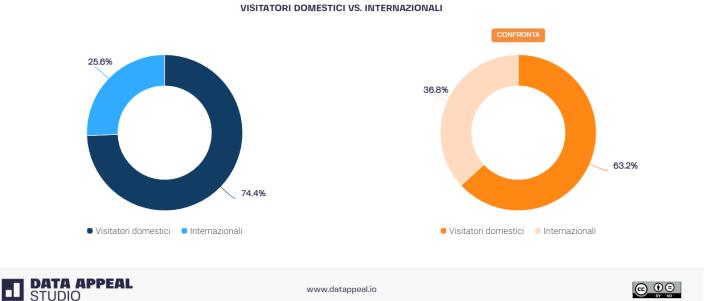
 PERIODO A CONFRONTO
 AREE A CONFRONTO

 01/01/21 - 31/07/21
 Z. Borgogna



33





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

ERIODO 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% -	91,4/100 🔺
	0,9%	83,9/100
Svizzera	7,7% 🔺	92,8/100 -
	2,4%	86,1/100
Francia	3,6% -	90,4/100 -
	63,2%	84,6700
Germania	3,0% -	93,0/100 🔺
	5,4%	84,4700
Paesi Bassi	2,7% •	92,9/100 🔺
	8,3%	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%.



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

■ DATA APPEAL STUDIO









### 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% <b>4</b> 45,9%	93,0/100 <b>a</b> 85,2/100
•	Famiglie	14,7% <b>~</b> 29,5%	92,6/100 <b>A</b> 83,5/100
<b>2</b> )†	Amici/Gruppo	13,6% <b>^</b> 7,2%	92,0/100 <b>^</b> 84,6/100
Ť	Singolo	8,0% <b>-</b> 16,1%	91,6/100 <b>\$</b> 83,8/100
â	Viaggio di lavoro	0,8% <b>-</b> 1,2%	92,4/100 <b>A</b> 80,1/100

www.datappeal.io

- 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.



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con

E STUDIO





Spend Index

LMR

Dati Statistici

#### **RICETTIVITÀ**

Il **sentiment** nel comparto **ricettivo** 

**Langhe Monferrato Roero** rispetto

risulta essere più positivo nelle

alla Borgogna: 93,1/100 vs

85,3/100

Sondaggi Sentiment Analysis

LMR

Dati Statistici Spend Index

#### 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



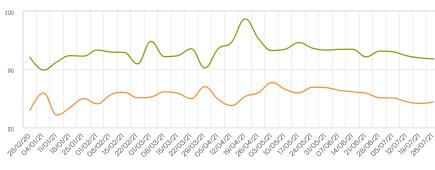
Il Sentiment misura il livello di soddisfazione percepita espressa dagli utenti che emerge dall'analisi semantica dei contenuti online.

SENTIMENT LANGHE MONETO ROERO VS Z. BORGOGNA



93,1 noo vs. 85,3 noo

#### ANDAMENTO



Langhe Monfito Roero
 Z. Borgogna

CC ( C) ( C)



www.datappeal.io



DATA APPEAL Studio

日

Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con



#### Tipologie di viaggio: Langhe Monferrato Roero vs Borgogna

**PERIODO** 

01/01/21 - 31/07/21

Langhe Monf.to

Roero

AREE

**COMPARTI** Ricettività

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

ARFF A CONFRONTO Z. Borgogna

COMPARTI A CONFRONTO Ricettività

	Contenuti	Sentiment
Coppie	63,1% -	93,2/100 -
	45,7%	85,5лоо
Famiglie	14,7% -	93,0/100 🔺
	29,7%	83,9700
Amici/Gruppo	13,4% -	92,4/100 -
	7,1%	85,1лоо
Singolo	7,9% •	92,0/100 -
	16,4%	83,8700
Viaggio di lavoro	0,9% •	92,7/100 -
	1,2%	79,7/100

www.datappeal.io

- 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.





Dati Statistici

Spend Index





#### **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**.



Spend Index

Dati Statistic



### **Sentiment Analysis – Benchmark**

#### **Visitatori**

Comparto	nparto 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%).

DATA APPEAL STUDIO

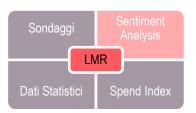
#### Nella ricettività e nella ristorazione il valore più alto di visitatori italiani è rilevato nel Brunello: rispettivamente, 79,1% e 84,4%.

 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%)



Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con





## Sentiment Analysis – Benchmark

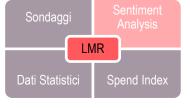
#### Tipologie di Viaggio

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.

- E STUDIO
- 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%) - Famigli (29,7%)
Ristorazione	Coppie (61,6%) - Famiglie (13,5%)	Coppie (46%) - Famiglie (29,6%)
Complessivo	Coppie (59,9%) - Famiglie (13,9%)	Coppie (45,9%) - Famigle (29,5%)





Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio con













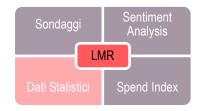
# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

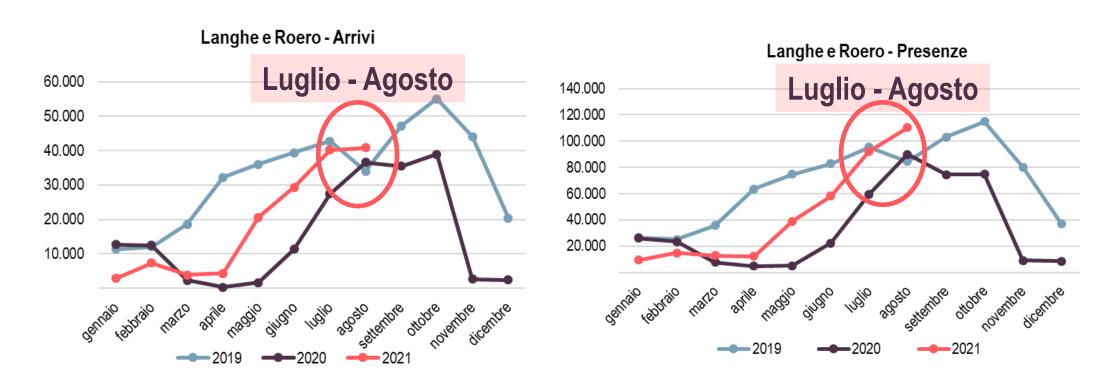
#### Dati statistici movimenti turistici Provvisori





#### Dati statistici dei movimenti turistici Provvisori







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 <u>ricerca</u> 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 <u>sondaggi</u> sulla <u>popolazione italiana</u> del **2020**, così come per **l'estate 2021**, il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** - con **Alba** - si è posizionato sempre al <u>secondo posto fra le destinazioni piemontesi</u> 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 <u>monitoraggio delle recensioni on-line</u> i <u>primi sette mesi del 2021</u>, si conferma la ripresa della fruizione dei servizi della filiera turistica dell'intero territorio delle <u>Langhe Monferrato Roero</u> 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); guardando alle cantine nello specifico il sentiment sale a 94,1/100;
- 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 <u>dati statistici provvisori dei movimenti turistici</u> indicano un primo bilancio dei <u>mesi estivi 2021</u> estremamente positivo per l'area Langhe e Roero: ad <u>agosto circa + 20% rispetto al 2019</u>.













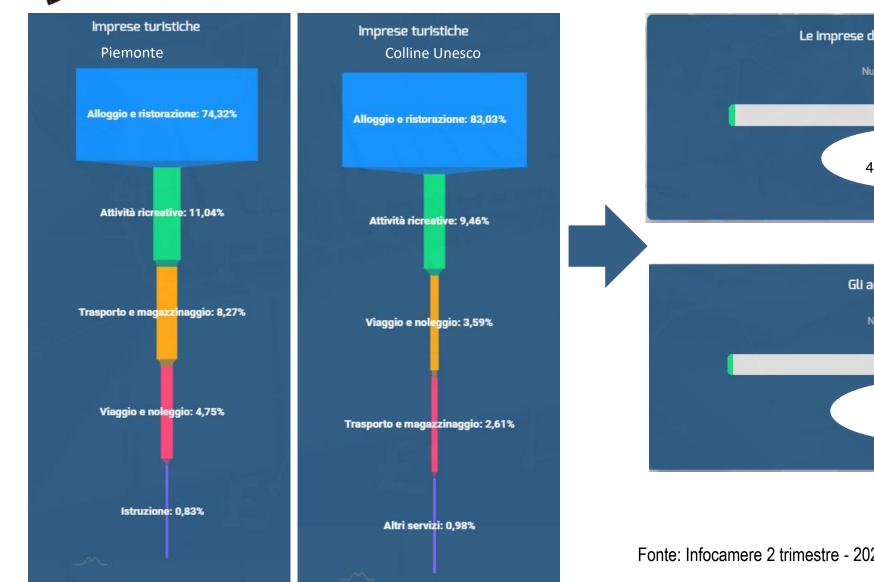


# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Dati statistici delle imprese Focus 2020

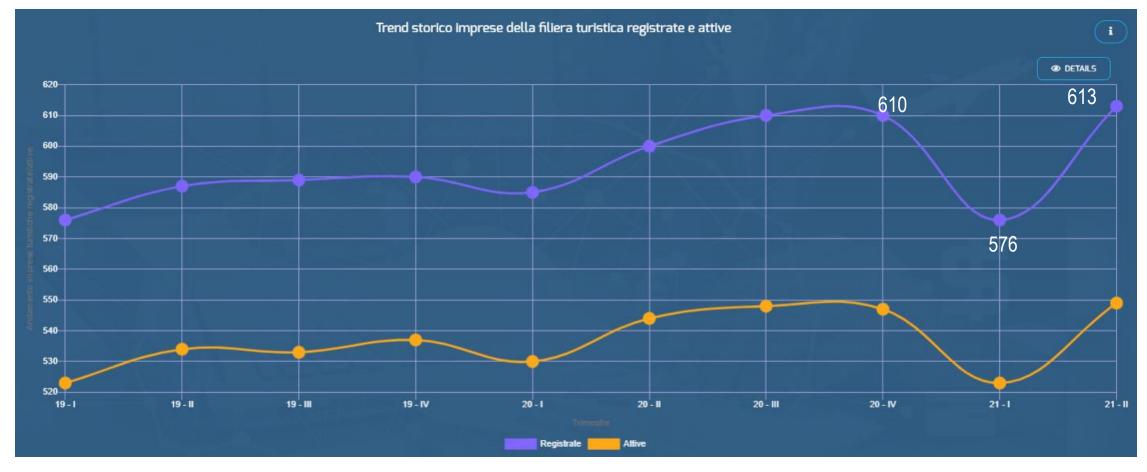




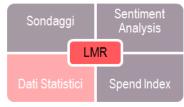








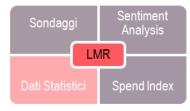
Fonte: Infocamere



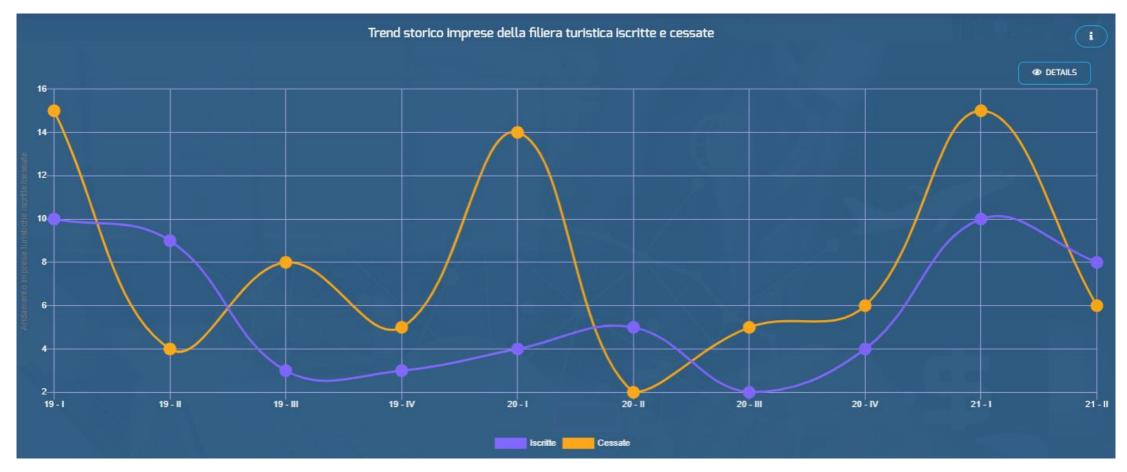




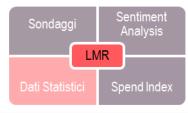
Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021



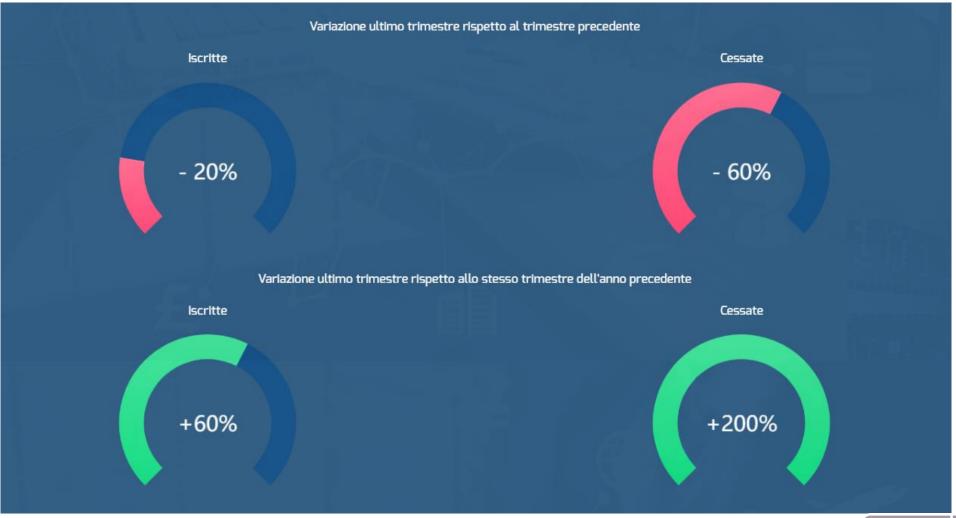




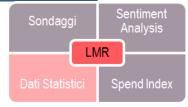
Fonte: Infocamere







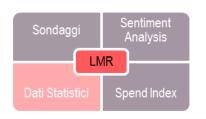
Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021



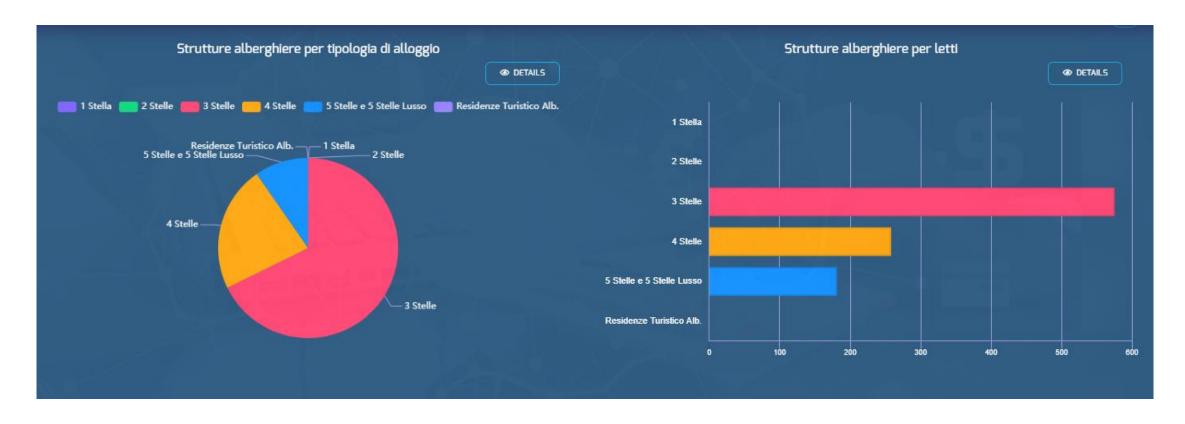




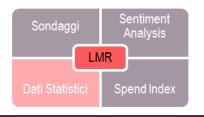
Fonte: Infocamere







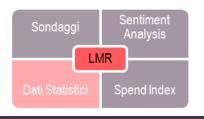
Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021





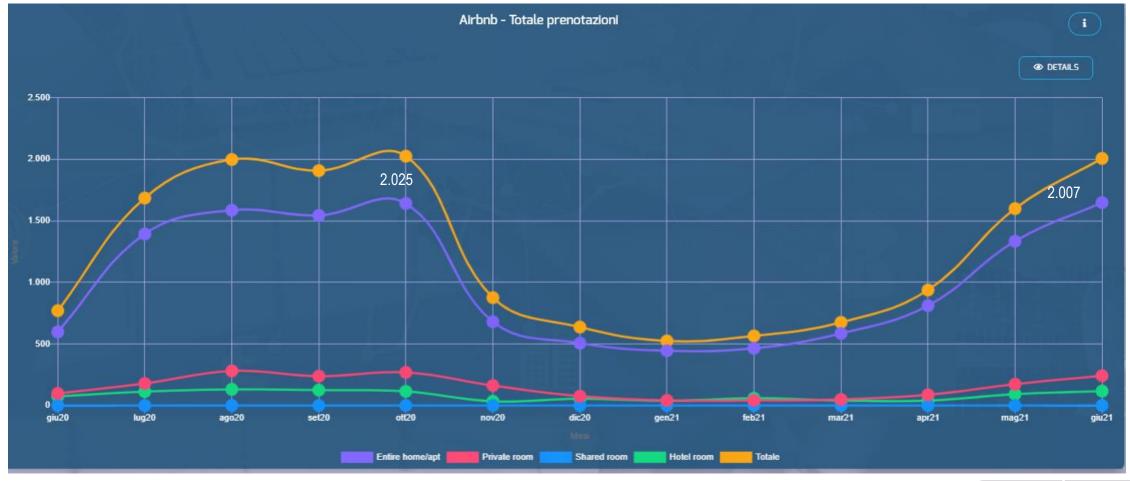


Fonte: Infocamere 2 trimestre - 2021

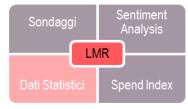




# L'offerta turistica nelle colline Unesco II mercato alternativo

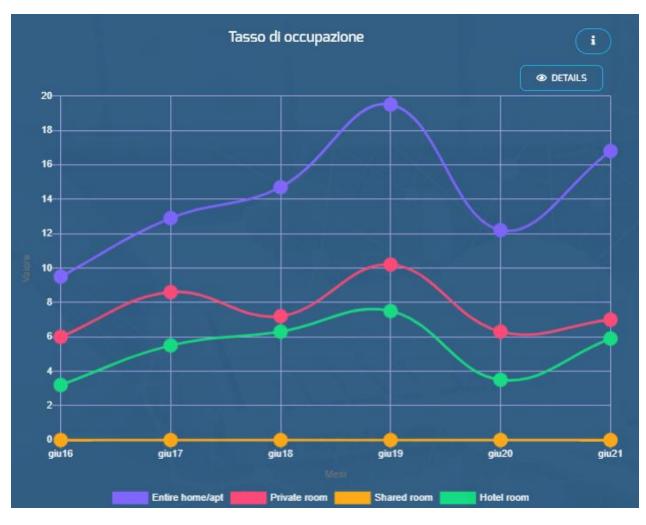


Fonte Dati: AirDNA giu 2021





# L'offerta turistica nelle colline Unesco II mercato alternativo



Il grafico mostra l'andamento annuale del tasso di occupazione dell'offerta delle strutture ricettive presenti su AirBnB in relazione alla tipologia di immobile prenotato.

Sondaggi Analysis

LMR

Dati Statistici Spend Index

Fonte Dati: AirDNA giu 2021













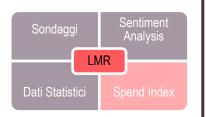
# Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Spend Index Focus 2020

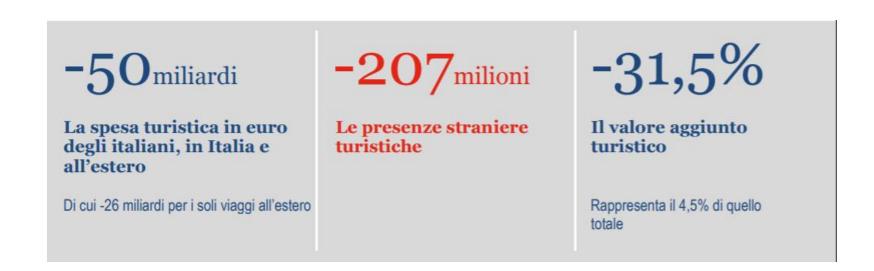




#### **TURISMO E PANDEMIA**



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.

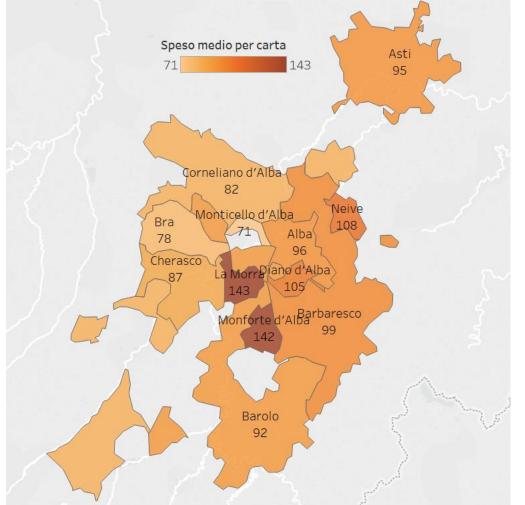
Fonte Istat-Conto satellite del turismo del 2020.

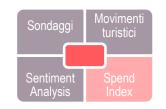


UNIONCAMERE PIEMONTE



#### **Spend Index**





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

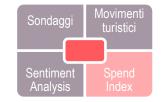
A livello territoriale esistono però rilevanti differenze.

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 €).



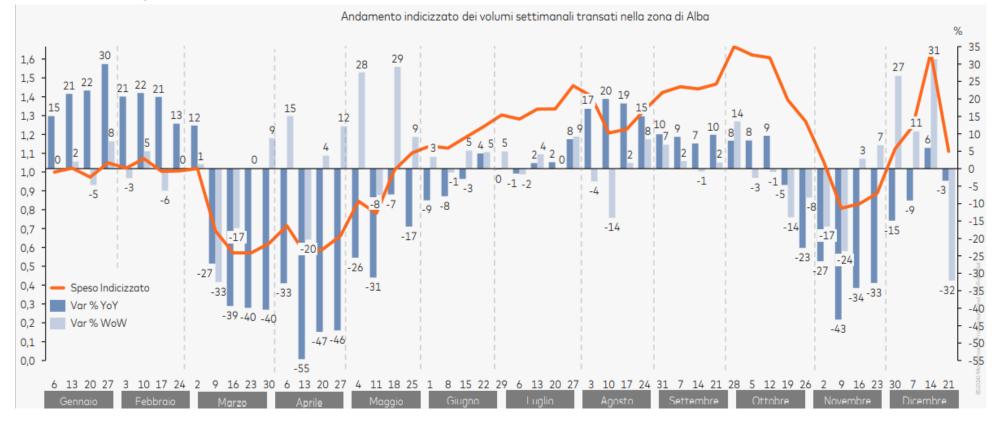


#### Analisi dei macro trend acquisti territorio albese



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







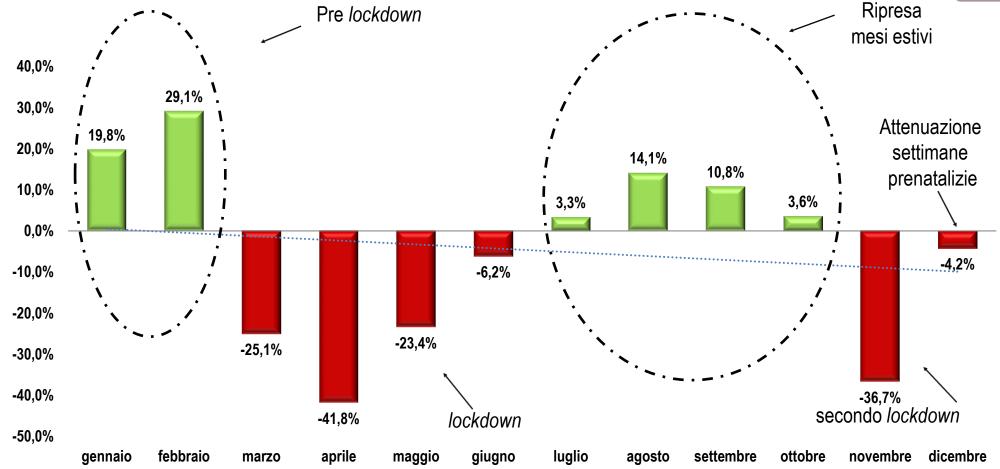
Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



#### Trend mensile di speso indicizzato aggregato albese









PIEMONTE





#### 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.







#### Speso medio settimanale per carta

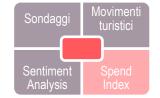
Cross-border = 190 euro area (-45,5%)

Domestic = 94 euro area (+5,0%)

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



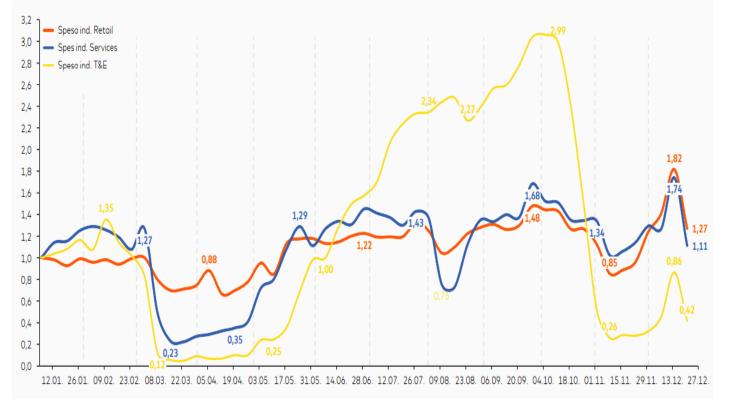
#### Trend di spesa indicizzata per settore



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



Fonte: Mastercard per Unioncamere Piemonte



#### Speso medio settimanale per carta

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

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

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



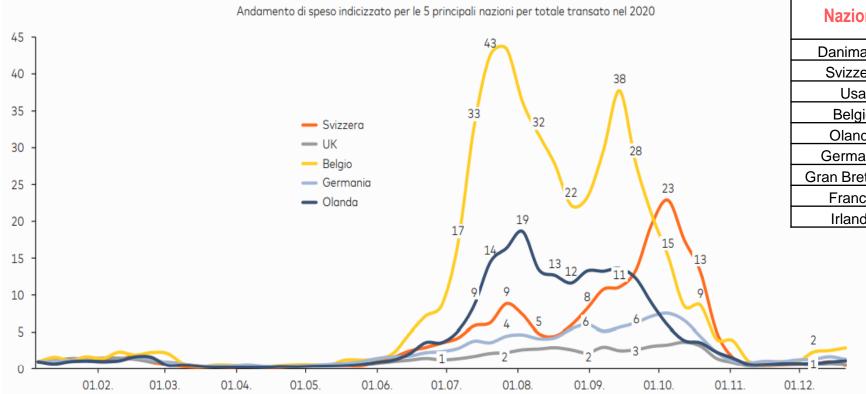


#### Spend Index Indice di spesa per nazionalità



- 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.





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

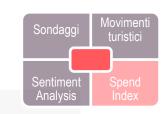


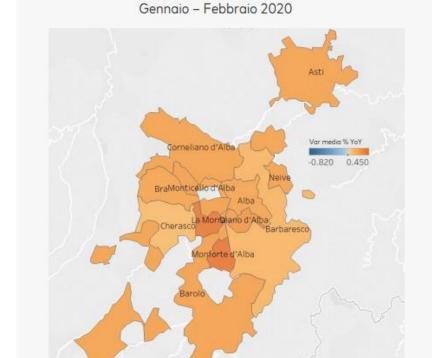
UNIONCAMERE PIEMONTE

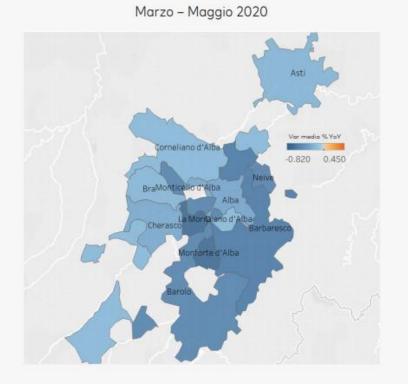


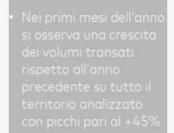
#### **Spend Index**

#### Variazione percentuale media per CAP









 Nel periodo di lockdown si registra un calo significativo del transato fino al -85% per alcuni comuni



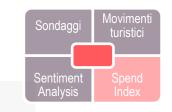


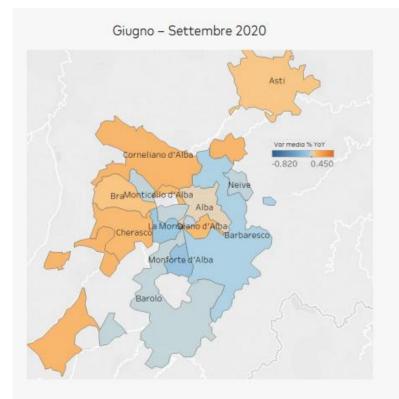
PIEMONTE

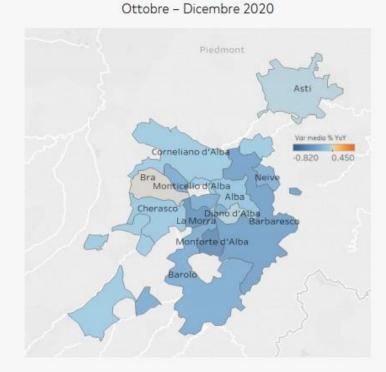


#### **Spend Index**

#### Variazione percentuale media per CAP







 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

Var media % YoY -0.82 0.45





#### **Executive Summary – Spend Index**

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



## Grazie per l'attenzione

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

