



COMUNICATO STAMPA

Biellese, profilo turistico di un territorio: dai numeri le indicazioni per le strategie future

Giovedì 14 luglio l'esordio dell'Osservatorio Turistico del Biellese con il bilancio consuntivo turistico 2021, il monitoraggio 2022 e le prospettive

Biella, 14 luglio 2022

Quanti sono stati gli arrivi e i pernottamenti turistici nel 2021 e cosa ci possiamo aspettare dal 2022? Che tipo di strutture ricettive hanno scelto i visitatori, da dove provenivano e quanto hanno speso? Quanti e quali sono i punti di interesse del Biellese, cosa dicono i clienti nelle recensioni online su ristoranti e ospitalità? Come è strutturato il mondo imprenditoriale turistico locale?

Questi e altri temi sono stati giovedì 14 luglio al centro della presentazione ufficiale del nuovo **Osservatorio Turistico del Biellese**, frutto del protocollo d'intesa siglato tra VisitPiemonte-Regional Marketing and Promotion, Unioncamere Piemonte, l'ATL Biella Valsesia Vercelli e la Fondazione Bellezza.

L'incontro, moderato da **Lucilla Incorvati**, giornalista de Il Sole 24 ore, è stato aperto dal saluto di **Barbara Greggio**, Assessore al Turismo della Città di Biella, e ha visto la partecipazione di **Vittoria Poggio**, Assessore alla Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte; **Pier Giorgio Fossale**, Presidente ATL Biella Valsesia Vercelli; **Carolina Tosetti**, Consigliere ATL Biella Valsesia Vercelli; **Paolo Zegna**, Presidente Fondazione Bellezza; **Fabio Ravanelli**, Presidente della Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte e **Beppe Carlevaris**, Presidente del Cda di Visitpiemonte.

Tante le tipologie di analisi e gli strumenti che l'Osservatorio Turistico del Biellese elaborerà e metterà a disposizione nei prossimi mesi per monitorare il territorio: un vero e proprio "cruscotto integrato" sul modello di quello messo a punto dall'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte a livello regionale per produrre dati statistici, monitoraggio delle recensioni on-line e delle offerte delle OTA, indicatori di spesa e analisi della fruizione dei turisti sul territorio: dati e informazioni fondamentali ai fini della programmazione strategica territoriale di ampia visione e della misurazione dei risultati delle iniziative di sviluppo adottate.

*«Il momento di presentazione di oggi rappresenta un'occasione importante per ascoltare e acquisire i primi risultati del lavoro avviato dell'Osservatorio Turistico del Biellese, punto di partenza della partnership tra VisitPiemonte DMO, Unioncamere Piemonte, ATL Biella Valsesia Vercelli e Fondazione Bellezza – sottolinea l'Assessore alla Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte, **Vittoria Poggio** –. La Regione Piemonte sostiene pienamente questa collaborazione, che ha permesso di costituire un gruppo di lavoro divenuto "luogo" importante per l'interpretazione del fenomeno turistico del Biellese e per la programmazione strategica della singola destinazione».*



«L'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte 'personalizza' sempre più la propria attività a servizio delle diverse aree piemontesi. Dati specifici e costantemente aggiornati sull'andamento del comparto turistico, sui movimenti dei viaggiatori e sulle recensioni online ci permetteranno di mettere in campo con la Regione Piemonte e gli attori locali azioni sempre più capillari a supporto delle attività di programmazione e pianificazione del marketing turistico - spiega il presidente del Cda di VisitPiemonte, **Beppe Carlevaris** - . Questo sguardo mirato sulle singole aree, nello stesso tempo ci dà modo di lavorare più efficacemente in un'ottica progettuale complessiva di armonizzazione all'interno di un unico sistema regionale».

«Poter contare su uno strumento informativo dinamico e aggiornato è un presupposto indispensabile per realizzare interventi capaci di generare un impatto sui movimenti turistici - dichiara in rappresentanza del sistema camerale piemontese **Fabio Ravanelli**, presidente della Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte -. «Il mondo camerale è pronto a dare il proprio contributo sia in termini di informazione statistica che di progettazione condivisa: l'obiettivo dell'osservatorio è soprattutto quello di far crescere una cultura di analisi dei dati per realizzare una narrazione più efficace del fenomeno turistico piemontese, senza perdere, ma anzi valorizzando, tutte le sue invidiabili sfaccettature».

«L'Osservatorio Turistico del Biellese, fortemente voluto da ATL, rappresenta un ottimo esempio di lavoro di squadra il cui risultato è un prezioso strumento di analisi che ci consentirà di monitorare i risultati delle azioni di promozione intraprese e definire le linee guida per strutturare la strategia di promozione turistica territoriale – afferma il Presidente ATL Biella Valsesia Vercelli, **Pier Giorgio Fossale** - . Sulla base dei dati raccolti ed elaborati, saremo in grado di mettere a punto un'offerta più competitiva e articolata e di offrire agli operatori turistici locali informazioni oggettive in grado di supportarli nella strutturazione delle loro proposte».

«La realizzazione di questo nuovo Osservatorio, voluto e promosso da Blielezza in collaborazione con l'Agenzia Turistica Locale e realizzato insieme con VisitPiemonte e Unioncamere, rappresenta un punto di svolta per il nostro territorio – evidenzia **Paolo Zegna**, Presidente Fondazione Blielezza -. Adesso, tutti gli operatori della filiera turistica, gli attori pubblici e privati potranno fruire di un nuovo, efficace strumento di analisi e misurazione delle dinamiche turistiche locali. Biella e la sua provincia hanno avviato un complessivo percorso di cambiamento socio-economico in cui il turismo assume un ruolo centrale, e siamo certi che questo importante set di analisi, unito ad una maggiore consapevolezza dei traguardi che vogliamo raggiungere, ci consentirà di lavorare sui nostri punti di forza e di debolezza, individuando nuove opportunità di crescita anche negli anni a venire.»

**VisitPiemonte – Regional Marketing and Promotion /
Team Comunicazione e Eventi – Media relations**

Emanuela Sarti

Tel. +39 011 5155518 / 335 6914611

emanuela.sarti@visitpiemonte-dmo.org

Marisa Margara

tel. +39 011 5155516 / 347 4398707

marisa.margara@visitpiemonte-dmo.org

I DATI NEL DETTAGLIO

Bilancio consuntivo 2021 - L'offerta ricettiva del 2021

Il **Biellese**¹ rappresenta circa il **3% dell'offerta ricettiva regionale** e, sebbene nel 2021 abbia registrato rispetto al 2020 un incremento maggiore del tasso di crescita regionale, **rispetto a 10 anni fa tale offerta è cresciuta meno del totale regionale**. Il territorio è caratterizzato da **una maggioranza di strutture ricettive extralberghiere** in cui emerge in particolare la qualifica di **Bed & Breakfast: 34% del totale**.

Presenta, inoltre, la **maggior parte dei posti letto nei campeggi (29%)** e, a seguire, negli **alberghi (18%)**, nelle **case per ferie (15%)** e nei **bed & breakfast (9%)**, con una composizione diversa dai territori piemontesi analizzati a confronto: ad esempio, nel territorio del **Distretto Turistico dei Laghi i posti letto si concentrano in campeggi e alberghi** con diverse percentuali rispetto al Biellese (**35% e 24%** rispettivamente) e, a seguire, nei **villaggi turistici (7%)**; **Langhe Monferrato Roero**, invece, racchiudono la maggiore offerta di posti letto negli **alberghi**, quindi negli agriturismi e poi negli affittacamere (**26%, 21% e 10%** rispettivamente).

Dati statistici dei movimenti turistici del 2021

I **movimenti turistici nel Biellese** rappresentano circa il **2% dei movimenti turistici regionali** e nel **2021** hanno registrato **oltre 81.000 arrivi e circa 189.000 pernottamenti**; il Distretto Turistico dei Laghi raccoglie il 22% degli arrivi e il 28% dei pernottamenti, mentre il territorio delle Langhe Monferrato Roero il 13% degli arrivi e il 10% delle presenze regionali.

La **pandemia** ha riportato i valori della domanda sotto i risultati di dieci anni fa, ma la **resilienza del settore** si può constatare nel recupero del **2021**, che **porta il consuntivo a differire dal 2019** per una percentuale più contenuta rispetto al 2020: **-10,6% di arrivi e -12,9% di pernottamenti** con un **incremento per gli arrivi italiani (+2,7%)** e recupero **migliore del risultato regionale**.

Dall'analisi per comparto ricettivo si evidenzia che la **metà dei movimenti turistici soggiorna nelle strutture ricettive alberghiere** e, a seguire, in case per ferie, CAV-residence e campeggi e villaggi.

Dal punto di vista dei mercati di provenienza, circa **l'80% dei movimenti turistici** risulta di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si ritrovano nel **turismo interno** regionale e, a seguire, nella **Lombardia e Emilia Romagna** che insieme rappresentano poco meno del **70% degli arrivi e il 66% dei pernottamenti consuntivati** nella quota nazionale.

Guardando ai **mercati esteri**, i principali Paesi di provenienza sono **Germania, Svizzera, Francia, Paesi Bassi e Belgio e Olanda** che rappresentano insieme il **70% degli arrivi esteri e il 61% delle presenze**.

Valutando la composizione della domanda dei territori piemontesi analizzati a confronto con il Biellese, risulta che il Distretto Turistico dei Laghi presenta una domanda con un bilanciamento opposto: solo il 30% dei pernottamenti è di origine italiana e il primo mercato in assoluto è la Germania, con il 36% delle presenze totali dell'area; mentre Langhe Roero Monferrato presentano un maggiore equilibrio fra mercato Italia e estero: qui nella classifica dei Paesi di provenienza si trova l'Italia con il 53% dei pernottamenti e, a seguire, Svizzera (11%), BeNeLux (10%) e Germania (9%).

¹ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Regione Piemonte

Monitoraggio delle recensioni on-line relative ai comparti della filiera turistica del Biellese nel 2021

Il **monitoraggio delle recensioni on-line**² della filiera turistica del **Biellese** ha permesso di valutare il **sentiment** per i comparti della **ricettività**, della **ristorazione** e delle **attrazioni** che costituiscono la filiera turistica e, quindi, il perimetro di monitoraggio del prodotto turistico unitamente a benchmark specifici rispetto al **Piemonte**, alle **ATL Langhe Monferrato Roero** e **Distretto Turistico dei Laghi**.

I **punti di interesse** del territorio **Biellese** monitorati nelle recensioni on-line sono naturalmente **più contenuti rispetto ad altri territori piemontesi** come **Langhe Monferrato Roero** e **Distretto Turistico dei Laghi**: di fatto complessivamente **rappresentano il 4% del totale regionale**.

In **Piemonte** il **complessivo** dei **punti di interesse** monitorati è pari a **39.900**; seguono **Langhe Monferrato Roero** con **4.900**, e **Distretto Turistico dei Laghi**, **3.400**. Il **Biellese** conta **1.600 punti**.

I **punti di interesse** del **Biellese** sono circa **un terzo** del numero delle **Langhe Monferrato Roero** e poco meno della **metà** di quelli del **Distretto Turistico dei Laghi**.

La **ristorazione** è il comparto del **Biellese** che possiede la quantità più alta di **punti di interesse** monitorati: **910**.

Per la **ristorazione** i **punti di interesse** monitorati per il **Piemonte** sono **24.600**, per **Langhe Monferrato Roero**, **2.600**, e per il **Distretto Turistico dei Laghi**, **1.500**.

Valutando il **volume** di **contenuti monitorati**, si ritrova una proporzione analoga a quella dei punti di interesse: per il **Biellese 41.200 contenuti**, che rappresentano il **3% del totale regionale**, il 25% di contenuti delle **Langhe Monferrato Roero** e il 33% del **Distretto Turistico dei Laghi**.

Il **numero medio di recensioni** per punto di interesse del **Biellese** è pari a circa **25** contro i **35** del **Piemonte**, 33 delle **Langhe Monferrato Roero** e 38 del **Distretto Turistico dei Laghi**.

Premettendo che il risultato dell'analisi del **sentiment** risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse/numero di recensioni, emerge che il **sentiment** sulla rete del **Biellese** è **lievemente maggiore al valore regionale 88,5/100 vs 88/100**.

Nelle **attrazioni** il **Distretto Turistico dei Laghi** detiene il valore di **sentiment** più alto, **92,2/100**, seguito dal **Biellese**, **91,3/100**.

² Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con The Data Appeal Studio

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21	AREE Biellese	COMPARTI Attrazioni
PERIODO A CONFRONTO 01/01/21 - 31/12/21	AREE A CONFRONTO Distretto Laghi	COMPARTI A CONFRONTO Attrazioni

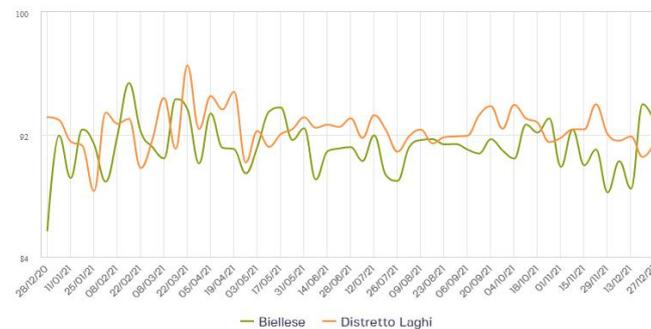
😊 SENTIMENT

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

SENTIMENT BIELLESE VS DISTRETTO LAGHI



ANDAMENTO



Monitoraggio delle recensioni on-line relative ai comparti della filiera turistica della Città di Biella nel 2021

Il **monitoraggio delle recensioni on-line**³ della filiera turistica della **Città di Biella** ha permesso di valutare il **sentiment** per la **ricettività**, la **ristorazione** e le **attrazioni**, unitamente ad un benchmark specifico rispetto a **Bergamo**, **Ljubljana** e **Lille**.

Complessivamente i punti di interesse monitorati per la **Città di Biella** sono **480** e sono **decisamente più contenuti rispetto a quelli di Bergamo**, di cui rappresentano il 5%, e risultano inferiori anche a quelli delle due destinazioni internazionali di **Ljubljana** e **Lille**, di cui rappresentano rispettivamente il 40% e 34%. In particolare a **Bergamo** il **complessivo dei punti di interesse** monitorati è di **9.100**; seguono **Lille**, **1.400**, e **Ljubljana**, **1.200**. La **ristorazione** è il comparto che possiede la quantità più alta di **punti di interesse** monitorati per tutte le destinazioni: **Bergamo 5.600**, seguito da **Lille**, **732**, e da **Ljubljana**, **658** e quindi dalla **Città di Biella 337**.

Valutando il **volume** di **contenuti** monitorati ai fini dell'elaborazione del **sentiment**, si ritrova una proporzione analoga a quella dei punti di interesse: in particolare per il comparto della **ristorazione**, a **Bergamo** sono stati monitorati in rete più contenuti rispetto alle altre città, cioè **224.900**; seguono **Lille**, **28.800** e **Ljubljana**, **20.500**; per la **Città di Biella 12.400**.

Analoga proporzione si ritrova nel comparto della **ricettività**: per **Bergamo 83.800** contenuti, seguito da **Lille** e **Ljubljana**, rispettivamente con **44.300** e **25.400** contenuti. La **Città di Biella** presenta **solo 1.500** contenuti.

³ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con The Data Appeal Studio

Nella **ricettività** la **Città di Biella** registra un valore del **sentiment** maggiore rispetto alle altre città: **90/100**; segue **Bergamo**, **87,3/100**. Per la **ristorazione** presenta un valore pari a **86,9/100** e seguono **Ljubljana** con **88,2/100** e **Bergamo** con **87,3/100**.

Nelle **attrazioni** **Ljubljana** detiene la leadership, **91,5/100**, seguita da **Bergamo**, **90,9/100**. **Città di Biella** presenta un valore analogo, pari a **90,8/100**.

PERIODO 01/01/21 - 31/12/21	AREE Città di Biella	COMPARTI Ricettività
PERIODO A CONFRONTO 01/01/21 - 31/12/21	AREE A CONFRONTO Bergamo	COMPARTI A CONFRONTO Ricettività

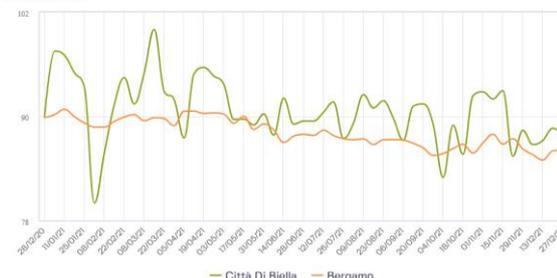
SENTIMENT

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

SENTIMENT CITTÀ DI BIELLA VS BERGAMO

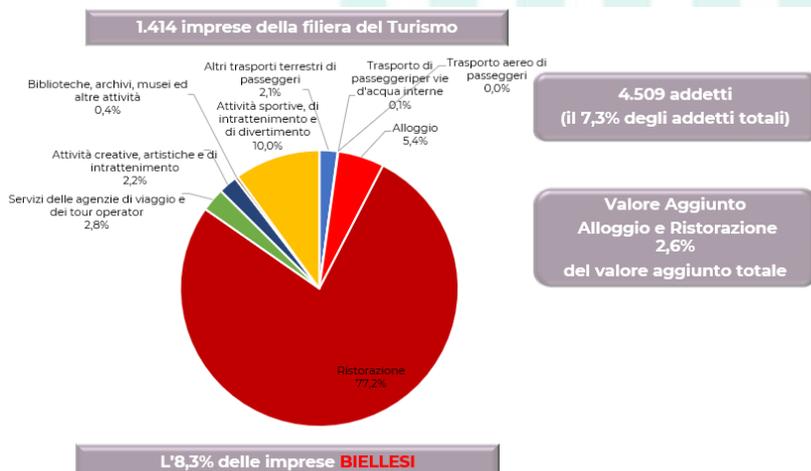


ANDAMENTO



Le imprese del comparto turistico

La filiera turistica biellese in senso allargato conta a fine 2021 oltre **1.400 realtà imprenditoriali con circa 4.500 addetti complessivi**. Si tratta di una fetta rilevante (pari all'8,3%) del tessuto produttivo complessivo della provincia.



Fonte: Unioncamere Piemonte su dati InfoCamere, Tagliacarne

Le imprese della filiera si sono ridotte del 3,3% nel corso del 2021 rispetto al 2020. Il confronto con il decennio precedente (2021/2012) mostra invece un'espansione del 3,7%.

Analizzando nel dettaglio le realtà imprenditoriali del comparto emerge **come si tratti di aziende di micro dimensione (0-9 addetti) nel 94,4%** dei casi, di piccole dimensioni (10-49 addetti) nel 5,4%; raggiungono le medie dimensioni (50-249 addetti) solo lo 0,2% delle imprese e non ci sono realtà di grandi dimensioni (250 addetti e più).

Le imprese della filiera turistica biellese prediligono la forma giuridica della ditta individuale (43,3%) e della società di persone (35,4%). Rilevanti, ma meno presenti, appaiono le società di capitale (14,9%) e le altre forme (6,4%) di cui fanno parte consorzi e cooperative.

Anche analizzando il mercato alternativo rappresentato dalle **strutture Airbnb** si rileva un trend decrescente della numerosità nel breve periodo. Il confronto tra le strutture presenti nel biellese a gennaio 2021 rispetto a quelle di gennaio 2020 mette in luce un **calo del 4,6%**.

Nonostante le difficoltà incontrate dalla filiera a causa delle restrizioni adottate per gestire la pandemia, il **comparto turistico biellese in senso stretto (alloggi + ristorazione) produce il 2,6% del valore aggiunto provinciale**, dato di poco inferiore a quello medio regionale (2,9%) e nettamente più basso rispetto alla media nazionale (3,8%).

L'importanza che mantiene il settore, anche a livello prospettico, viene confermata dai risultati dell'indagine Excelsior di fonte Unioncamere/ANPAL sui fabbisogni occupazionali delle imprese, che evidenzia **come tra i primi indirizzi di studio richiesti dalle aziende nella provincia si collochi tra le scuole secondarie quello relativo a turismo enogastronomia e ospitalità e, tra i diplomi professionali, l'indirizzo della ristorazione.** Tra le professioni più richieste nei prossimi mesi nel biellese si rilevano cuochi, camerieri e altre professioni dei servizi turistici.

Monitoraggio dei primi mesi del 2022

Dal **monitoraggio dei dati statistici dei movimenti turistici per i primi cinque mesi del 2022⁴** emerge una **ripresa della domanda a partire da aprile** - mese in cui ha avuto inizio una nuova fase di gestione dell'emergenza sanitaria. Sul territorio **Biellese** i dati provvisori indicano un **ottimo incremento di arrivi e presenze**, anche **rispetto al periodo pre-covid: +27% di arrivi e +16% di pernottamenti** e un **incremento di arrivi anche nel mese di maggio: circa +2% rispetto a maggio 2019.**

Interessanti i risultati circa la **notorietà** del territorio **Biellese** ottenuti col **sondaggio sulla popolazione italiana** relativamente all'acquisto di un viaggio in Piemonte per l'estate 2022, da cui emerge che:

- il **36%** degli **italiani intervistati conosce** o ha visitato o soggiornato nel **Biellese** (86% se consideriamo solo i Piemontesi);
- tra coloro che hanno visitato il Biellese ne è rimasto **soddisfatto l'88%**;
- i **luoghi più conosciuti** di questo territorio sono il **lago Viverone**, il **Santuario e Sacro Monte di Oropa**, ma anche la **Cittadellarte – Fondazione Pistoletto**, il **Borgo medievale del Piazzo**, l'**Oasi Zegna** il **Parco della Burcina**.

⁴ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Regione Piemonte – dati statistici provvisori

Le percentuali di conoscenza/visita portano a evidenziare la necessità di comunicazione e promozione del territorio al pubblico italiano e anche presso i bacini più vicini.

L'aggiornamento dei dati di **monitoraggio** delle **recensioni on-line** relative ai comparti della filiera turistica del **Biellese**, della **Città di Biella** e di **Valsesia Monterosa**, attraverso gli indicatori di **Punti di Interesse**, **Contenuti Monitorati** e **Sentiment** confermano, in continuità con l'analisi di consuntivo 2021, come:

- il comparto della **ristorazione** sia quello che possiede il maggior numero di **punti di interesse** monitorati; il **Biellese**, complessivamente ne presenta **752**, di cui 275 a **Biella**;
- le proporzioni siano analoghe nei **contenuti monitorati** per la valutazione del **sentiment** in rete: **10.800** per il **Biellese** e **4.900** per **Biella**;
- per il comparto della **ricettività** tutti i territori registrino un valore del **sentiment** superiore all'Italia (**85,5/100**): **Biellese, 89,1/100**, e **Biella, 88,7/100**;
- nella **ristorazione** solo **Biella** rilevi un valore del **sentiment** inferiore rispetto al **dato nazionale: 86,6/100 vs 86,9/100**.
-

Dagli indicatori di **Visitatori** e **Cluster & Topic** emerge che:

- **Biella** presenta il valore più alto di recensioni redatte da **visitatori italiani: 76%**;
- La **Svizzera** è il paese estero con la quota maggiore di recensioni (**6,7%**), monitorate complessivamente sul territorio **Biellese**;
- La **ristorazione** e lo **staff** sono gli argomenti maggiormente discussi;
- Il **proprietario** è l'argomento che contiene più **giudizi positivi**;
- Il **prezzo** e il **bagno** i temi con le valutazioni più **negative**.

Dall'analogo **monitoraggio** delle **recensioni on-line** relative ai comparti della filiera turistica della **Città di Biella** in confronto con **Bergamo**, **Ljubljana** e **Lille** si conferma che:

- nel comparto **ricettività**, **Bergamo** registra il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **941**; seguono **Lille, 272**, **Ljubljana, 149** e **Biella 26**;
- nel comparto **ricettività**, per la valutazione del **sentiment** in rete, a **Bergamo** sono stati monitorati più contenuti rispetto alle altre città: **45.000**; seguono **Lille, 25.700**, **Ljubljana, 14.300** e **Biella 652**;
- Nella **ricettività**, **Biella** registra un valore del **sentiment** maggiore rispetto alle altre città: **88,7/100**; segue **Ljubljana, 87,4/100**.