

Osservatorio Langhe Monferrato Roero

Nota del bilancio consuntivo del turismo nel 2024

Torino, 23 aprile 2025

L'offerta ricettiva del 2024

Il territorio delle **Langhe Monferrato Roero**¹, in termini di numero di esercizi, rappresenta il **14,7%** dell'**offerta ricettiva regionale** con una **crescita** del **22,6%** rispetto al **2023**; in termini di **posti letto**, corrisponde all'**11,4%** del totale **piemontese**, con un **aumento** del **13,6%** in confronto all'anno precedente.

Il territorio delle **Langhe**, che costituisce il **45,7%** dell'**offerta ricettiva** del totale dell'**ATL**, registra un **aumento** sia in termini di **strutture ricettive** e **locazioni turistiche** (complessivamente **+18,5%**), che in termini di **posti letto** (**+10,4%**), in confronto al 2023.

La **ricettività** del **comune di Alba**, che rappresenta il **10,8%** di quella dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**, segna una **crescita** del **29,3%** nel **numero** di **strutture ricettive** e **locazioni turistiche** e dell'**8%** dei **posti letto** rispetto all'anno precedente.

In tutte e **tre** le **destinazioni** analizzate, si evidenzia come l'incremento complessivo sia trainato dalla **forte crescita** del settore delle **locazioni turistiche**.

Guardando al **numero** di **posti letto**, la **ricettività** dell'**ATL Langhe Monferrato Roero** è caratterizzata da una **maggioranza** del **settore extra alberghiero**, il **44,2%** del totale; seguono le **locazioni turistiche**, **38,5%**, e il **settore alberghiero**, **17,3%**.

All'interno del **settore extra alberghiero** spiccano gli **agriturismi**, che rappresentano il **17,2%** del totale dei **posti letto**.

Dati statistici dei movimenti turistici del 2024

Il territorio delle **Langhe Monferrato Roero**² ha registrato nel **2024** **oltre 690.000 arrivi** e **oltre 1.545.000 pernottamenti**.

In particolare, rispetto al **2023**, i **movimenti turistici** dell'**ATL Langhe Monferrato Roero** sono **aumentati** del **4%** negli **arrivi** e del **5,1%** nelle **presenze**; **crece** anche il territorio delle **Langhe**

¹ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

² Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

(**+3,3%** negli **arrivi** e **+2,7%** nelle **presenze**) e il **comune di Alba** (**+6,8%** negli **arrivi** e **+2,7%** nelle **presenze**).

La **componente estera** cresce di più rispetto a quella **italiana** in tutte le aree considerate. In particolare, si registra, per l'**ATL Langhe Monferrato Roero**, **+6,9%** negli **arrivi** e **+9%** nelle **presenze**, per le **Langhe**, **+6%** negli **arrivi** e **+6,6%** nei **pernottamenti**, e per il **comune di Alba**, **+7,8%** negli **arrivi** e **+6,4%** nei **pernottamenti**.

La quota di **pernottamenti** dall'**estero** sul territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero** risulta pari al **60,9%**, mentre per le **Langhe** il livello di internazionalizzazione è pari al **62,5%** e per il **comune di Alba** è pari al **58,8%**.

In **tutti e tre i territori**, la **Svizzera** si conferma il **primo mercato estero** di **provenienza**.

Guardando al territorio dell'**ATL** nel suo **complesso**, i **turisti svizzeri** costituiscono il **19,4%** della **quota sul totale** dei **pernottamenti esteri**, con una **crescita** del **5,7%** negli **arrivi** e del **7,3%** nelle **presenze** rispetto al **2023**; a seguire, **Benelux**, **Germania** e **Scandinavia**. Da segnalare la **sesta posizione** degli **Stati Uniti d'America** che, con **quasi 26.000 arrivi** e **oltre 76.000 presenze**, registra un **incremento** rispettivamente del **4%** e del **3,3%** rispetto al **2023**.

Il **39,1%** dei **pernottamenti** sono di **origine italiana**: la **principale regione di provenienza** è la **Lombardia**, **stabile** sia negli **arrivi** che nelle **presenze**; seguono **Piemonte**, **Veneto**, **Emilia-Romagna** e **Liguria**: le **prime 5 regioni** per **numero di presenze** costituiscono **oltre il 70%** dei **pernottamenti nazionali**.

Dati statistici dei movimenti turistici – Focus sul periodo della 94° Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Con **oltre 160.000 arrivi³** e **oltre 320.000 presenze** nel **bimestre ottobre-novembre**, il territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero** segna una **crescita** rispettivamente del **9,5%** e del **9,4%**, rispetto allo **stesso periodo** dell'**anno precedente**.

I **principali mercati di provenienza** per **numero di pernottamenti** sono **Svizzera**, **Germania** e **Stati Uniti d'America**, con questi ultimi che registrano una **crescita** del **3,3%** negli **arrivi** e del **9,5%** nelle **presenze**.

Nel territorio delle **Langhe**, la **Svizzera** si conferma il **principale mercato di provenienza**, con gli **Stati Uniti d'America** al **secondo posto** (**+9,9%** di **pernottamenti** rispetto al 2023) e la **Germania** al **terzo**.

³ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

Nel **comune di Alba**, il **mercato statunitense** rimane al **secondo posto** nella graduatoria dei **pernottamenti** del periodo, generando un **incremento** dell'**11,1%**.

Nel periodo della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, le **principali provenienza italiane** per **numero di presenze** si confermano essere **Lombardia, Piemonte ed Emilia-Romagna** in **tutti e tre** i territori in analisi.

Focus sui dati statistici giornalieri dei movimenti turistici del periodo della 94°

Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Dall'analisi del campione rappresentativo degli operatori ricettivi che trasmettono i dati statistici dei movimenti turistici con dettaglio giornaliero, emerge che nel periodo della **94° Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba⁴**, nel territorio delle **Langhe Monferrato Roero**, gli **arrivi** e i **pernottamenti** si **concentrano** nei **week-end** (notti di **venerdì** e **sabato**).

Sul periodo complessivo della **Fiera**, i dati degli **arrivi** e delle **presenze** del **2024** crescono rispettivamente del **3,5%** e del **2,6%** rispetto all'analogo periodo del **2023**.

Guardando alla sola città di **Alba**, anche in questo caso, si evidenziano picchi di **arrivi** e **presenze** nei **weekend** – **venerdì** e **sabato**. Sul periodo complessivo della **Fiera**, i dati degli **arrivi** e delle **presenze** del **2024** crescono rispettivamente del **9,8%** e del **5,9%** rispetto all'analogo periodo del **2023**.

Monitoraggio delle recensioni on-line relative ai comparti della filiera turistica nel 2024

Il **monitoraggio delle recensioni on-line⁵** relative ai punti di interesse della filiera turistica delle **Langhe Monferrato Roero** rilasciate nel **2024** ha permesso di valutare il **sentiment** per la **ricettività**, per il comparto degli **affitti brevi**, per la **ristorazione**, le **aziende vinicole⁶** e per le **attrazioni**.

La **ristorazione** è il comparto che possiede il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.500**; segue la **ricettività**, con **1.300**. Analogamente, sempre la **ristorazione** possiede il maggior numero di **tracce digitali** in relazione alla valutazione del **sentiment** in rete: **89.100**; segue la **ricettività**, con **51.300**.

⁴ Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Regione Piemonte – Periodo: **11 ottobre 2024 – 8 dicembre 2024**.

⁵ Fonte: Elaborazione dati dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 01/01/2024 – 31/12/2024.

⁶ Il comparto è denominato con l'etichetta Agricoltura

Il valore del **sentiment** sulla rete delle **Langhe** è **superiore** rispetto al valore dell'**ATL Langhe Monferrato Roero: 91,1/100 vs 90,3/100**. Discorso analogo nel comparto **ricettivo**, dove il **sentiment** delle **Langhe** è **superiore** rispetto a quello dell'**ATL Langhe Monferrato Roero: 91,5/100 vs 91,2/100**.

Monitoraggio delle recensioni on-line relative ai comparti della filiera turistica

– Focus del periodo della 94° Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

Nel periodo della **94° Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba**, i **punti di interesse⁷** del territorio della **Langhe** monitorati nelle recensioni on-line rappresentano il **43%** dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**.

Valutando il volume delle **tracce digitali**, si ritrova una proporzione analoga a quella dei **punti di interesse**: per le **Langhe 16.000 contenuti** che rappresentano il **49%** del totale dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**.

Il **sentiment** sulla rete delle **Langhe** è **superiore** rispetto al valore di quello dell'**ATL Langhe Monferrato Roero: 90,1/100 vs 89,7/100**. **Medesimo valore**, invece, registrato nella **ricettività: 90,1/100**.

Monitoraggio OTA

Il **monitoraggio** delle **offerte** sui **canali on-line** delle **OTA – Online Travel Agency** – per il **2024⁸** del territorio delle **Langhe** registra una **saturatione** pari al **35,4%** (**-6,7%** rispetto al 2023), percentuale maggiore rispetto al territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**, che è pari a **34%** (**-6%**), e al totale **Piemonte**, ancora più contenuto: **33,6%** (**-4,7%**).

In particolare, nel periodo (12 ottobre – 8 dicembre 2024) della **94° edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba⁹**, la **saturatione** delle **OTA** dell'offerta del territorio delle **Langhe** corrisponde al **39,3%**; per l'**ATL Langhe Monferrato Roero** corrisponde al **36,2%**.

Spend index

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniera¹⁰** per la sola quota monitorata (VISA) evidenzia, sul territorio dell'**ATL Langhe Monferrato**

⁷ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 12/10/2024 – 08/12/2024.

⁸ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 01/01/2024 – 31/12/2024.

⁹ Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 12/10/2024 – 08/12/2024.

¹⁰ Fonte: Elaborazione Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati VISA – dati aggregati e anonimizzati.

Roero per il **2024**, una **crescita** dei **volumi di spesa**, dovuta prevalentemente all'aumento del numero di visitatori (numero di carte).

Le due dimensioni analizzate –spesa e carte– presentano indicatori con valori **maggiori rispetto all'anno precedente**: **+7,4%** di **volumi di spesa** e **+11,2%** di **numero di carte** (visitatori unici). All'aumento del volume di spesa e alla crescita del numero di carte si affianca, però, una riduzione della spesa media del singolo visitatore.

Analizzando il **trend mensile degli ultimi 24 mesi** (gennaio 2023 – dicembre 2024) dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**, si osserva che in termini di **volumi di spesa**, i **picchi** si registrano nei mesi di **luglio** e **ottobre** e in termini di **numero di carte** (visitatori unici), il **picco** maggiore si registra nei mesi **estivi** (luglio e agosto), mentre la **spesa media** è maggiore nei mesi autunnali (ottobre e novembre).

Sul territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**, è la **Svizzera** il **primo mercato** per **volume di spesa**, in **calo** del **2,2%** rispetto al **2023**, seguita da **Francia** (-2,6%), **Stati Uniti d'America** (+0,2%) e **Germania** (-5,4%). Analizzando, invece, la **spesa media** del singolo visitatore, si osserva come gli **Stati Uniti d'America** e il **Lussemburgo** siano i **mercati** con **spesa media maggiore**, entrambi oltre i **400 euro**; **sopra i 300 euro** troviamo la **Svizzera**, gli **Emirati Arabi** e la **Cina**.

Tra i **principali settori merceologici di spesa**, troviamo **alberghi e resort**, con una spesa media di **oltre 280 euro**; a seguire **ristoranti, caffè e nightclub** e **acquisto di prodotti enogastronomici in negozi e supermercati** con una spesa media di **oltre 100 euro**; **vestiti e scarpe**, con una spesa media di **oltre 140 euro**; **carburante**, dove si spende mediamente **oltre 80 euro**.

Svolgendo la stessa analisi con un **focus** sul **comune di Alba**, che rappresenta il **17,3%** dei **volumi di spesa** dell'intera **ATL Langhe Monferrato Roero**, emerge che le due dimensioni analizzate seguono ciò che avviene sul territorio complessivo dell'ATL, con crescite leggermente più significative: **+11,1%** di **volumi di spesa** e **+13,4%** di **numero di carte** (visitatori unici).

A differenza di quanto succede sul territorio dell'ATL Langhe Monferrato Roero, ad **Alba** i **picchi** delle due dimensioni analizzate (volumi di spesa e numero di carte) degli **ultimi 24 mesi** si registrano nel **periodo autunnale**, in occasione della **Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba** e in particolare nel mese di **ottobre**. La **spesa media** è maggiore nei mesi di **ottobre** e **novembre**.

Prendendo in considerazione il dato del **2024**, si evidenzia come il **volume di spesa** nei mesi di **settembre, ottobre** e **novembre** sia maggiore di **oltre il 60%** del volume di spesa relativo ai **tre mesi estivi** (giugno, luglio e agosto).

Per quanto riguarda i mercati esteri di provenienza, i primi quattro paesi sono in linea con quanto avviene a livello ATL, con un ordine leggermente diverso. I **mercati più spendenti** sono gli **Emirati**

Arabi e la **Cina**, con una **spesa media** per visitatore rispettivamente di **quasi 555 euro** e oltre **435 euro**.

Tra i **principali settori merceologici di spesa**, troviamo **alberghi e resort**, con una spesa media di **circa 300 euro**; **ristoranti, caffè e nightclub**, con una spesa media di **circa 110 euro**; **acquisto di prodotti enogastronomici in negozi e supermercati** con una spesa media di **oltre 65 euro**; **vestiti e scarpe**, con una spesa media di **oltre 160 euro**; **carburante**, dove si spende mediamente **80 euro**.