

Analisi e monitoraggio del turismo nei territori del GAL Valli di Lanzo Ceronda e Casternone

Focus estate 2022 e confronti con gli anni passati

Ottobre 2022



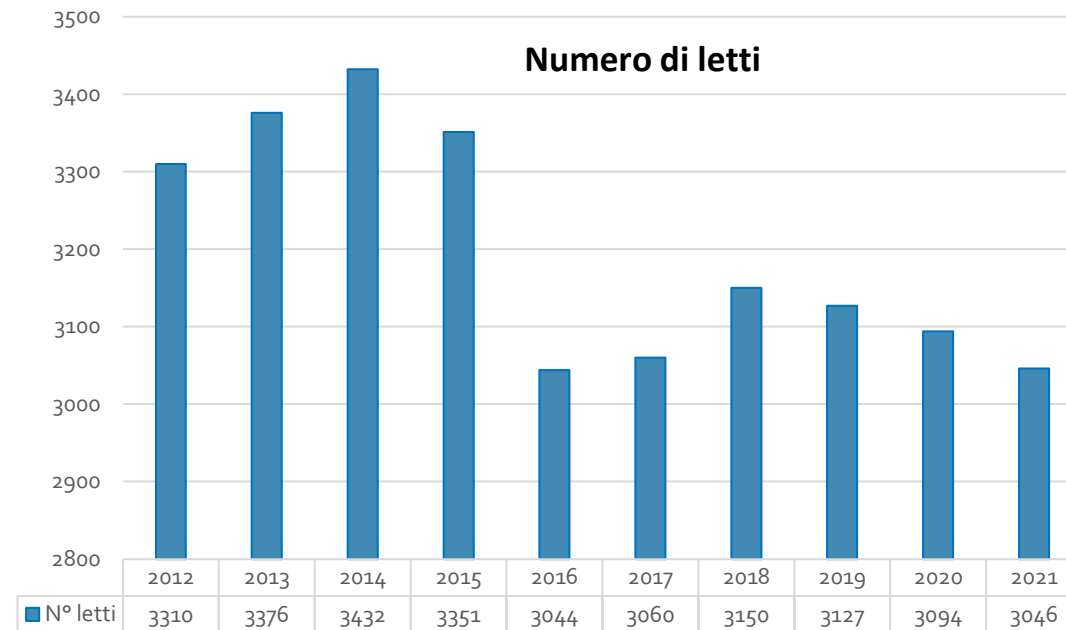
CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



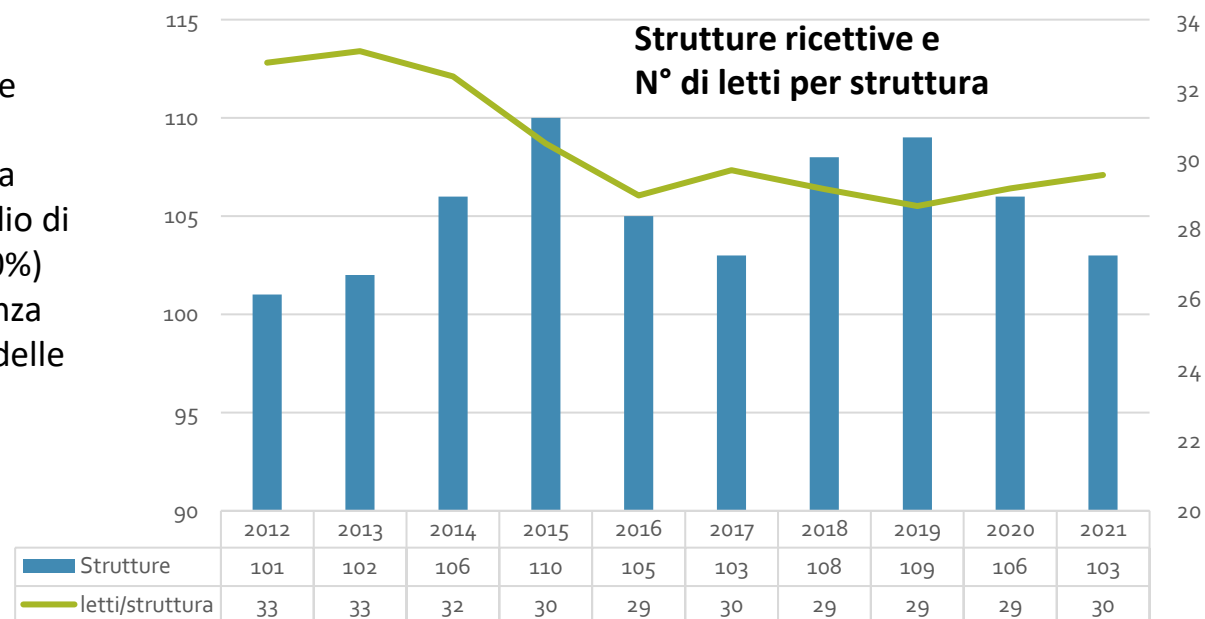
L'OFFERTA RICETTIVA 2012 – 2021

L'offerta turistica in termini di numero di strutture è sostanzialmente stabile, ma con tendenza alla riduzione di dimensioni delle singole attività

➤ L'offerta complessiva di letti nel territorio del GAL dal picco massimo del 2014 (3.432 letti) nel 2021 si riduce dell'12 % (3.046).



➤ Il numero di strutture ricettive subisce poche variazioni nel periodo 2012-2021, tuttavia la diminuzione del numero medio di letti per singola struttura (-10%) potrebbe indicare una tendenza alla riduzione di dimensioni delle singole attività



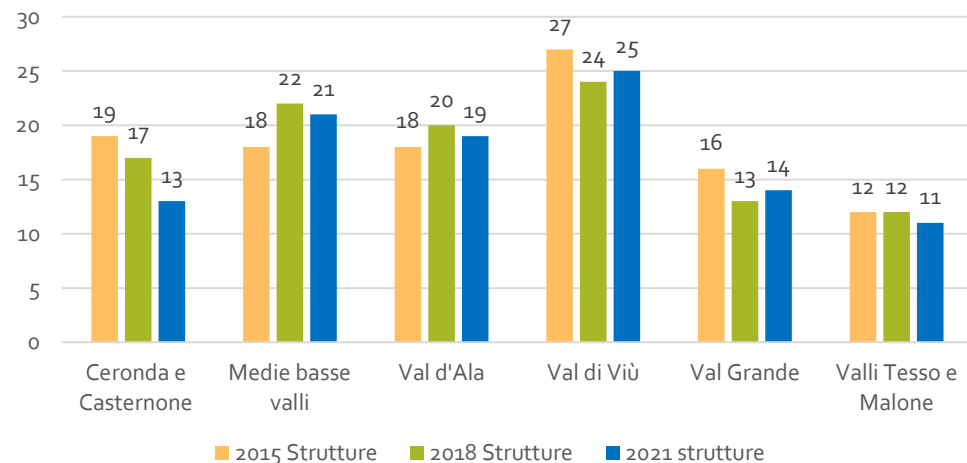
L'OFFERTA RICETTIVA NEI DIVERSI TERRITORI 2015-2021

La Val di Viù si conferma
l'area con la maggior
concentrazione di strutture e
di letti

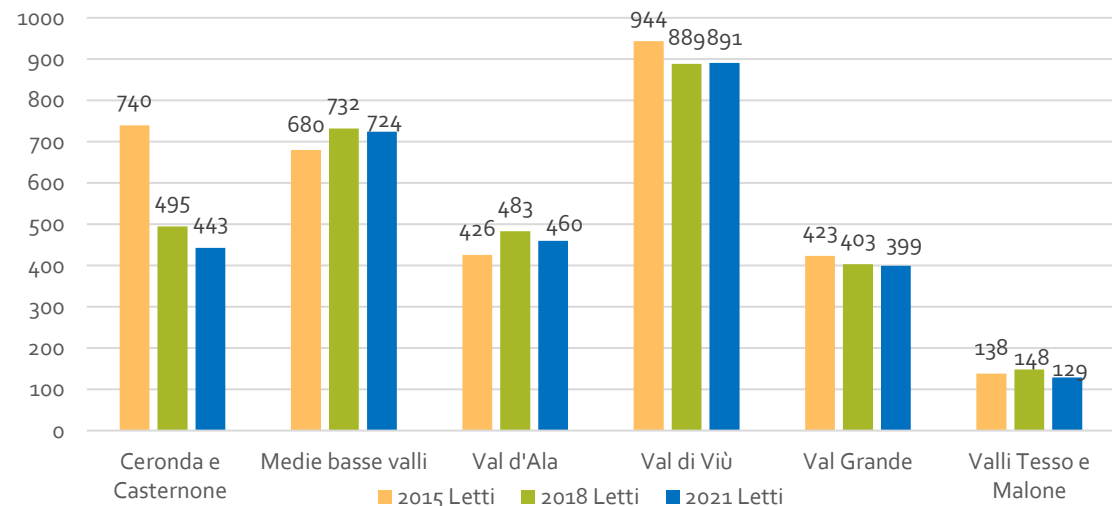
- Tra le diverse aree in cui è stato suddiviso il territorio del GAL, la Val di Viù (Lemie, Usseglio e Viù) è quella con la maggior concentrazione di offerta di ospitalità turistica

- In tutte le altre aree c'è una buona tenuta di numero di strutture e di posti letto, tranne che nell'area Ceronda e Casternone dove diminuiscono entrambi

Le strutture ricettive nelle diverse aree del GAL



Numero di letti nelle diverse aree del GAL



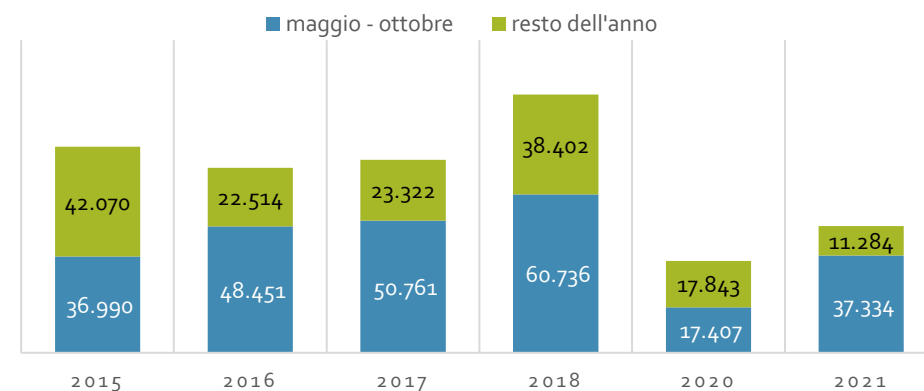
I FLUSSI TURISTICI STAGIONALI 2015-2021

Dopo anni di crescita di presenze fino al picco del 2018, il crollo di presenze turistiche nel 2020 a causa della pandemia ha segnato un brusco arresto. Il 2021 denota una buona ripresa soprattutto nel periodo estivo.

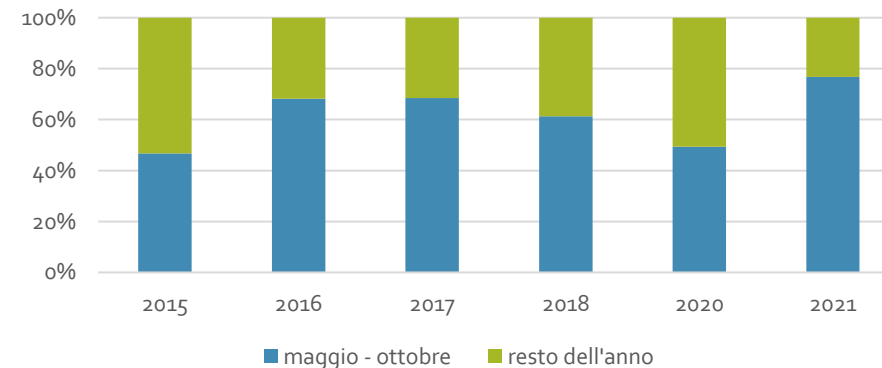
- Nel 2018 si verifica il picco massimo di notti trascorse nel territorio del GAL.
- Dopo il crollo di presenze dovuto alla pandemia COVID del 2020, il 2021 presenta una discreta ripresa (+38%).....
- In termini %, il turismo estivo da maggio a ottobre dopo alcuni anni (2016-2018) intorno al 60% delle presenze totali, nel 2021 aumenta al 77%. Tuttavia tale dato è ancora fortemente condizionato dalle restrizioni da pandemia ancora vigenti e dalla scarsità di innevamento nei mesi invernali
- Soltanto negli anni futuri si potrà rilevare se tale tendenza sarà confermata
- Indipendentemente dalla pandemia, la scarsità d'innevamento avrà un peso crescente sul turismo invernale, che per mantenere i livelli di presenze del passato dovrà sapere diversificare l'offerta.

Presenze turistiche	2015	2016	2017	2018	2020	2021
maggio - ottobre	36.990	48.451	50.761	60.736	17.407	37.334
resto dell'anno	42.070	22.514	23.322	38.402	17.843	11.284
anno completo	79.060	70.965	74.083	99.138	35.250	48.618

LE PRESENZE TURISTICHE STAGIONALI



RIPARTIZIONE % DELLE PRESENZE TURISTICHE STAGIONALI DAL 2015 AL 2021

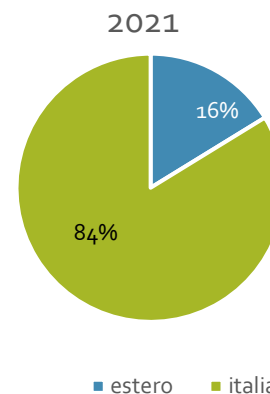
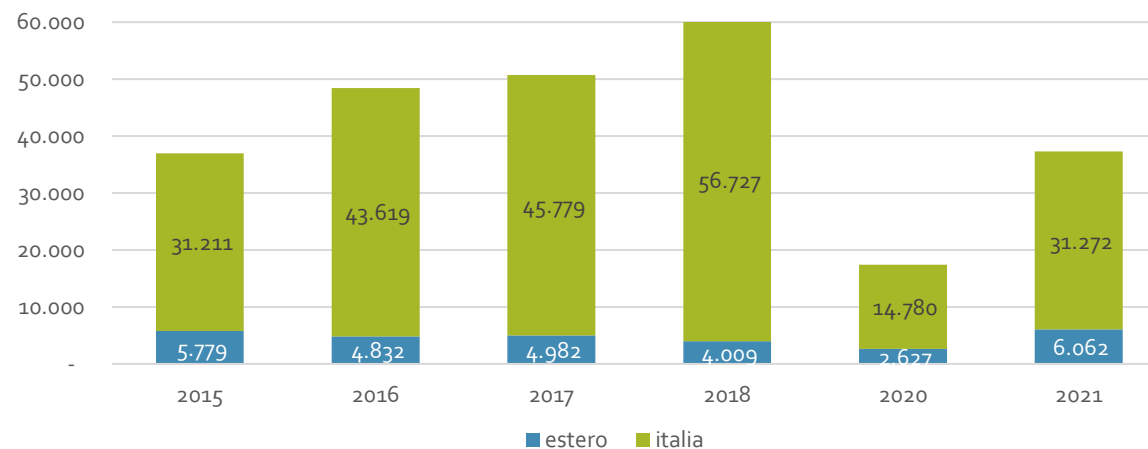


COMPOSIZIONE DEL MERCATO TURISTICO 2015-2021

Le presenze estere nell'estate del 2021 sono le più alte registrate negli ultimi anni, anche pre-pandemia. Prevale il turismo italiano di prossimità proveniente maggiormente dal Piemonte e dalla Lombardia

- Nel 2021 l'84 % delle presenze turistiche è italiano
- Le presenze estere nell'estate del 2021 sono le più alte registrate negli ultimi anni
- I principali paesi da cui provengono i turisti stranieri si confermano Svizzera, Germania, Francia e Paesi Bassi
- Complessivamente i giorni di presenza media più elevata è quella dei turisti Olandesi, seguita dagli italiani e dagli Svizzeri
- Le prime Regioni Italiane che compongono il turismo nazionale sono quelle di prossimità, il Piemonte (55%) e la Lombardia (15%), seguite a distanza da Campania, Emilia Romagna e Veneto (4%)

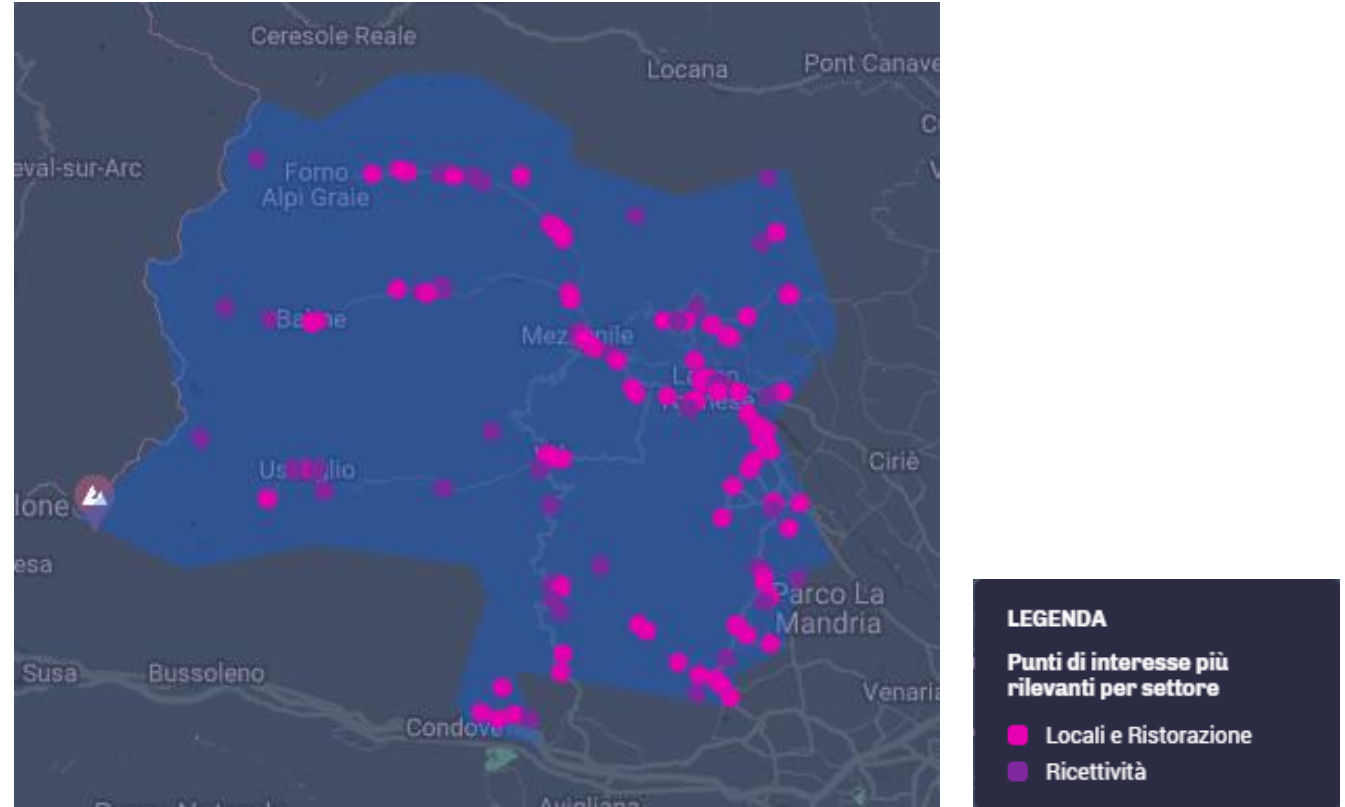
Presenze turistiche italiane ed estere da maggio a ottobre nelle strutture ricettive del Gal dal 2015 al 2021



i primi 5 paesi	mag-ott 2021	giorni presenza
Italia	31.272	2,8
Svizzera	1.343	2,5
Germania	1.169	1,7
Francia	1.069	1,7
Paesi Bassi	1.005	3,6

Distribuzione territoriale dell'offerta turistica rilevata dalla piattaforma Data Appeal

ANALISI DEL SENTIMENT TURISTICO



- Data Appeal Studio è uno strumento di analisi territoriale che raccoglie e analizza in tempo reale tutti i dati qualitativi e quantitativi all'interno della destinazione monitorata. Attraverso le proprie tecniche proprietarie raccoglie e monitora la presenza digitale dei **POI**, ovvero i punti di interesse di un'area, attraverso l'analisi di decine di portali, siti web, OTA, social media, dai più noti a quelli più specializzati per comparto
- Per ogni contenuto Data Appeal Studio rileva due aspetti:
 - Aspetto quantitativo:** volume dei contenuti analizzati, ad esempio numero di recensioni rilevate in un certo periodo (*contenuti*)
 - Aspetto qualitativo:** qualità del feedback espresso dal contenuto, ad esempio recensione positiva o negativa (*sentiment*)

Quanto parlano di noi nell'ultimo anno?

Nell'ultimo anno aumenta il numero di commenti. Il livello di soddisfazione rimane alto per tutto l'anno, anche se in leggero calo durante i mesi estivi di maggior affluenza

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE

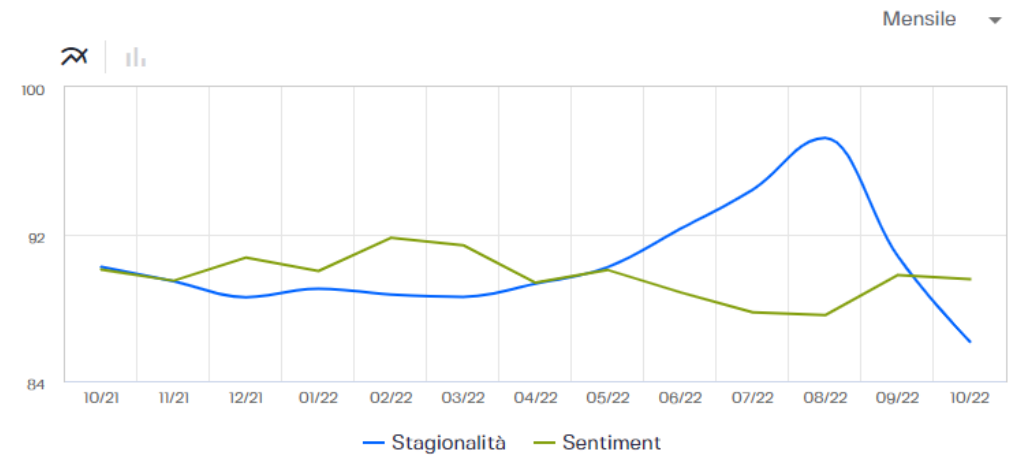


Locali e Ristorazione Ricettività



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

12,0k Contenuti ▲ 35,7 Contenuti per POI ▲
12,2% Rispetto all'anno precedente +4,1 Rispetto all'anno precedente

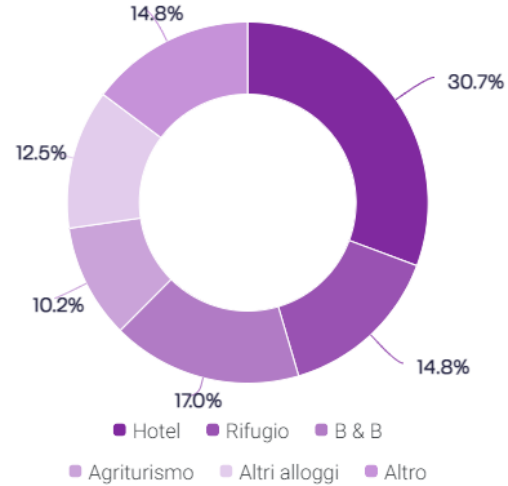


- ✓ Nell'ultimo anno aumentano i commenti rispetto all'anno precedente
- ✓ Il sentiment generale segue un andamento opposto al volume di commenti toccando il massimo di soddisfazione nel mese di febbraio 2022 (91,8) e il minimo nel mese di agosto (87,6)
- ✓ Il leggero calo durante il periodo estivo non è necessariamente un indicatore negativo, ma piuttosto la diretta conseguenza del ritorno dei flussi turistici. È normale che nei periodi più intensi turisticamente i viaggiatori sperimentino disagi ad esempio per le lunghe attese, luoghi affollati, ecc

FOCUS Estate Ricettività giugno–settembre 2022

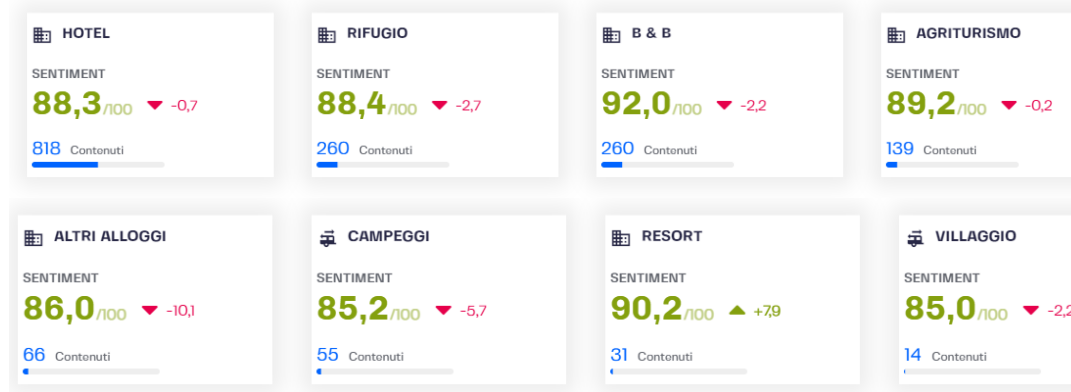
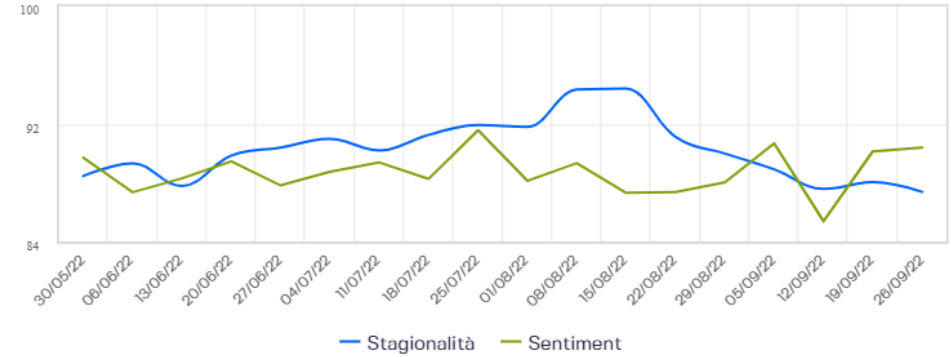
Il grado di soddisfazione si mantiene su livelli alti per tutta la stagione estiva anche se con un lieve calo nel periodo di maggior affluenza. Tra le diverse tipologie di strutture i B&B riscuotono il maggior favore degli utenti

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

1,6k Contenuti ▼ **18,7** Contenuti per POI ▼
-9,3% Rispetto all'anno precedente -1,7 Rispetto all'anno precedente



- Nella ricettività i livelli di soddisfazione crescono fino a fine luglio, per diminuire con l'aumentare delle presenze e ricrescere dopo agosto al diminuire dell'affollamento. Per tutta la stagione estiva rimangono comunque al di sotto della media annuale
- Le strutture che ricevono il maggior numero di commenti sono gli Hotel con un livello alto di soddisfazione, ma i B&B sono quelli che ottengono il maggior grado di soddisfazione degli utenti

FOCUS Estate

Ricettività

giugno – settembre 2022

Netta ripresa dei flussi internazionali. Gli stranieri e i viaggiatori in coppia sono i più soddisfatti. Per aumentare il gradimento delle altre tipologie di visitatori occorrerà adeguare l'offerta tenendo conto maggiormente delle loro esigenze

Visitatori

Da dove provengono le persone che parlano di te? Qual è il loro grado di soddisfazione?

Comprendi le nazionalità e le tipologie di visitatori più o meno soddisfatte della tua destinazione per migliorare la profilazione del target e calibrare in modo più efficace le attività di promozione.

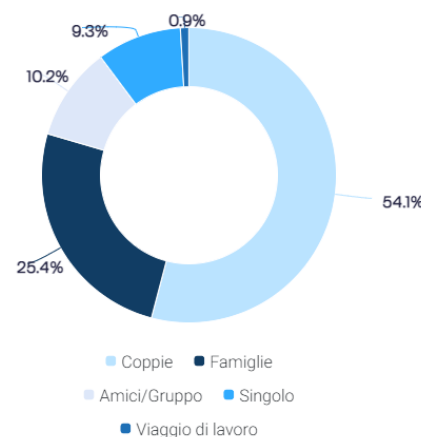
VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



MERCATI

Paese	Contenuti	Sentiment
Italia	56,1% ▼	87,2/100 ▼
Francia	13,0% ▲	90,3/100 ▼
Germania	6,7% ▼	87,9/100 ▼
Svizzera	5,4% ▼	88,6/100 ▼
Paesi Bassi	4,4% ▼	88,0/100 ▼

TIPOLOGIE DI VIAGGIO



Tipo	Contenuti	Sentiment
Coppie	54,1% ▲	90,1/100 ▼
Famiglie	25,4% ▲	85,6/100 ▼
Amici/Gruppo	10,2% ▼	85,9/100 ▲
Singolo	9,3% ▼	88,9/100 ▼
Viaggio di lavoro	0,9% ▲	60,4/100 ▼

- La ripresa dei flussi internazionali si presenta chiara: rispetto al 2021 i viaggiatori domestici si riducono del 5% a favore dei viaggiatori internazionali provenienti principalmente da Francia, Germania, Svizzera e Paesi Bassi
- Il grado di soddisfazione degli italiani (87,2) è inferiore a quello degli stranieri. E' noto infatti che gli italiani sono i visitatori più esigenti
- I visitatori francesi esprimono il miglior gradimento (90,3)
- Per quanto riguarda le tipologie di visitatori, aumentano i viaggiatori in Coppia mentre si riducono i Gruppi e i Viaggiatori singoli
- I viaggiatori in coppia esprimono il livello di soddisfazione più elevato. Probabilmente sono più giovani e più adattabili delle altre tipologie di viaggiatori
- Famiglie e gruppi di amici sono mediamente meno soddisfatti

FOCUS Estate Ricettività

giugno – settembre 2022

Tutte le aree del GAL
mantengono un livello di
apprezzamento elevato

Quali sono le aree più e meno apprezzate?

Popolarità	Variazione sentiment	Sentiment
 Valli Tesso E Mi 	-1,0	91,2/100 ▼
 Val Grande 	-0,3	90,8/100 ▼
 Media/basse Va 	-0,2	88,2/100 ▼

- Le diverse aree del GAL mantengono tutte un livello alto di soddisfazione da parte dei visitatori.

Popolarità	Variazione sentiment	Sentiment
 Val D'Ala 	-2,7	87,8/100 ▼
 Ceronda E Cast 	-4,7	87,8/100 ▼
 Val Di Viù 	-0,4	87,6/100 ▼

- La Val di Viù sconta maggiormente il livello di affollamento nei mesi estivi superiore alle altre aree.











FOCUS

Estate

Ricettività

giugno – settembre 2022

Quali sono le tematiche di cui i visitatori parlano di più ?

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
 Ristorazione	33,7% ▲	86,8/100 ▼	-5,9
 Staff	23,3% ▲	92,9/100 ▼	-5,7
 Atmosfera	16,1% ▼	88,5/100 ▲	+1,0
 Camera	10,8% ▲	78,6/100 ▲	+15,8
 Qualità prezzo	4,8% ▲	75,0/100 ▼	-9,6
 Pulizia	3,2% ▼	100,0/100	-
 Generale	2,0% ▼	100,0/100 ▲	+15,4
 Assistenza	1,6% ▼	100,0/100	-
 Servizi	1,6% ▼	75,0/100 ▲	+15,0
 Dotazioni	1,2% ▼	100,0/100	-

Sebbene gli apprezzamenti siano meno positivi dell'anno passato il servizio più apprezzato continua a essere lo staff (86,8 contro 97,6/100 del 2021) insieme alla ristorazione (86,8 contro il 93,6/100) e all'atmosfera. Meno apprezzati invece le camere (78,6/100), anche se migliorate rispetto all'anno passato e il rapporto qualità/prezzo (75/100) che peggiora rispetto al 2021.

I motivi possono risiedere nella diminuzione della qualità del servizio all'aumentare del flusso turistico, così come nelle aspettative elevate dei clienti.

FOCUS Estate Ristorazione

giugno – settembre 2022

La ristorazione tradizionale è quella più commentata, ma quella innovativa e alternativa a quella classica raccoglie i migliori apprezzamenti

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



Ristorante Bar Pizzeria
Gelateria Caffè Altro

Comparto	Punti di interesse	Contenuti	Sentiment
Ristorante	85	2,4k	88,9/100 ▲
Bar	51	623	86,8/100 ▼
Pizzeria	23	510	83,6/100 ▼
Caffè	12	168	90,6/100 ▼
Fornaio	10	70	93,9/100 ▲
Gelateria	6	203	90,1/100 ▲
Servizio di catering	4	10	98,0/100 ▲
Negozi di torte	3	8	72,3/100 ▼
Pasticceria	2	28	95,0/100 ▲
Steak house	1	83	90,9/100 ▼

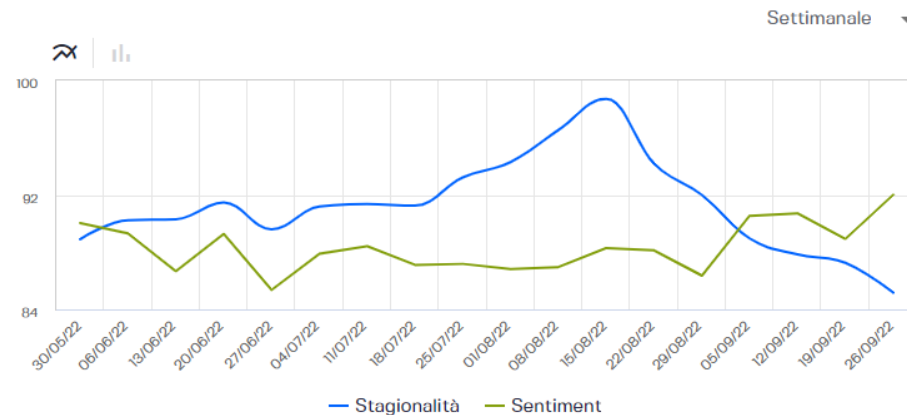
ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

4,2k Contenuti ▼

-17,7% Rispetto all'anno precedente

20,5 Contenuti per POI ▼

-2,8 Rispetto all'anno precedente



- Anche la ristorazione raccoglie l'apice dei commenti nel mese di agosto, ma il grado di soddisfazione tende ad abbassarsi già dal mese di luglio.
- La ristorazione classica è quella maggiormente frequentata, e mantiene un buon livello di gradimento.
- Cresce l'apprezzamento delle forme di ristorazione alternative a quelle classiche (fornaio, pasticceria, gelateria)

FOCUS Estate RISTORAZIONE

giugno – settembre 2022

I ristoranti sono maggiormente frequentati da italiani prevalentemente in gruppi di amici.

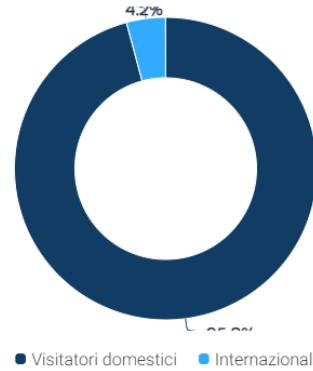
Alcuni apprezzamenti negativi invitano a porre maggiore attenzione sulla qualità dell'offerta.

Visitatori

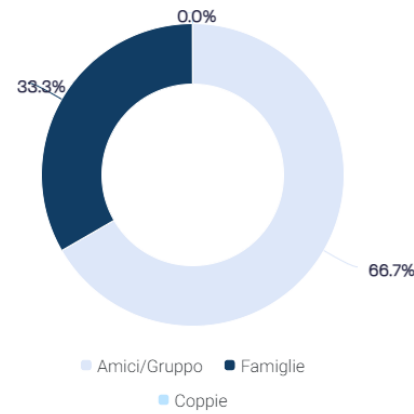
Da dove provengono le persone che parlano di te? Qual è il loro grado di soddisfazione?

Comprendi le nazionalità e le tipologie di visitatori più o meno soddisfatte della tua destinazione per migliorare la profilazione del target e calibrare in modo più efficace le attività di promozione.

VISITATORI DOMESTICI VS. INTERNAZIONALI



TIPOLOGIE DI VIAGGIO



MERCATI

Paese	Contenuti	Sentiment
Italia	95,8% ▲	82,8/100 ▼
Belgio	0,8% ▼	100,0/100
Israele	0,8% ▲	100,0/100
Francia	0,8% ▼	100,0/100
Regno Unito	0,8% ▲	70,0/100

Tipologia	Contenuti	Sentiment
Amici/Gruppo	66,7% ▲	60,0/100 ▼
Famiglie	33,3% ▼	100,0/100
Coppie	0,0% ▲	0,0/100 ▼

- La pressoché totalità dei commenti proviene dal mercato nazionale con un apprezzamento in linea con l'estate passata.
- I pochissimi clienti internazionali rilasciano commenti pienamente positivi, ma il loro numero è troppo esiguo per essere significativo.
- Crescono i commenti di chi frequenta i ristoranti in gruppi di amici, ma purtroppo il loro gradimento è peggiorato rispetto all'anno passato diventando negativo (60/100).
- Leggera diminuzione delle frequentazioni delle famiglie, che tuttavia mantengono un giudizio pienamente positivo

FOCUS Estate Ristorazione










giugno–settembre 2022

Il grado di soddisfazione per i principali argomenti sulla ristorazione è pienamente positivo

Quali sono le tematiche e gli argomenti di cui le persone parlano di più?

Identifica gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment	Variazione sentiment
 Atmosfera	31,1% ▼	91,0/100 ▼	-1,2
 Accoglienza	25,5% ▲	92,8/100 ▼	-2,1
 Qualità del cibo	21,6% ▲	90,5/100 ▲	+1,0
 Posizione	10,4% ▼	93,2/100 ▼	-2,3
 Estetica	3,9% ▲	84,2/100 ▼	-6,1
 Costi	3,4% ▲	69,5/100 ▲	+7,8
 Pulizia	2,5% ▲	86,9/100 ▼	-6,7
 Servizi	1,4% ▲	84,1/100 ▲	+8,4
 Organizzazione	0,2% ▼	72,7/100 ▲	+6,1

- Molto elevato il grado di soddisfazione per l'atmosfera, l'accoglienza, la qualità del cibo e la posizione (sopra 90/100)
- Seppur in netto miglioramento rispetto all'anno precedente permane un minore gradimento per i prezzi

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Ottobre 2022



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

