

Analisi e monitoraggio del turismo nei territori del GAL Valli del Canavese: uno strumento per orientare le strategie di sviluppo

05.12.2022

*Nell'ambito del Piano operativo tra la Camera di Commercio di Torino e i GAL del territorio
per monitorare e supportare l'attività delle micro imprese operanti nei territori montani e rurali*



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



2021

CONSISTENZA DELL'OFFERTA TURISTICA

GAL Valli del Canavese

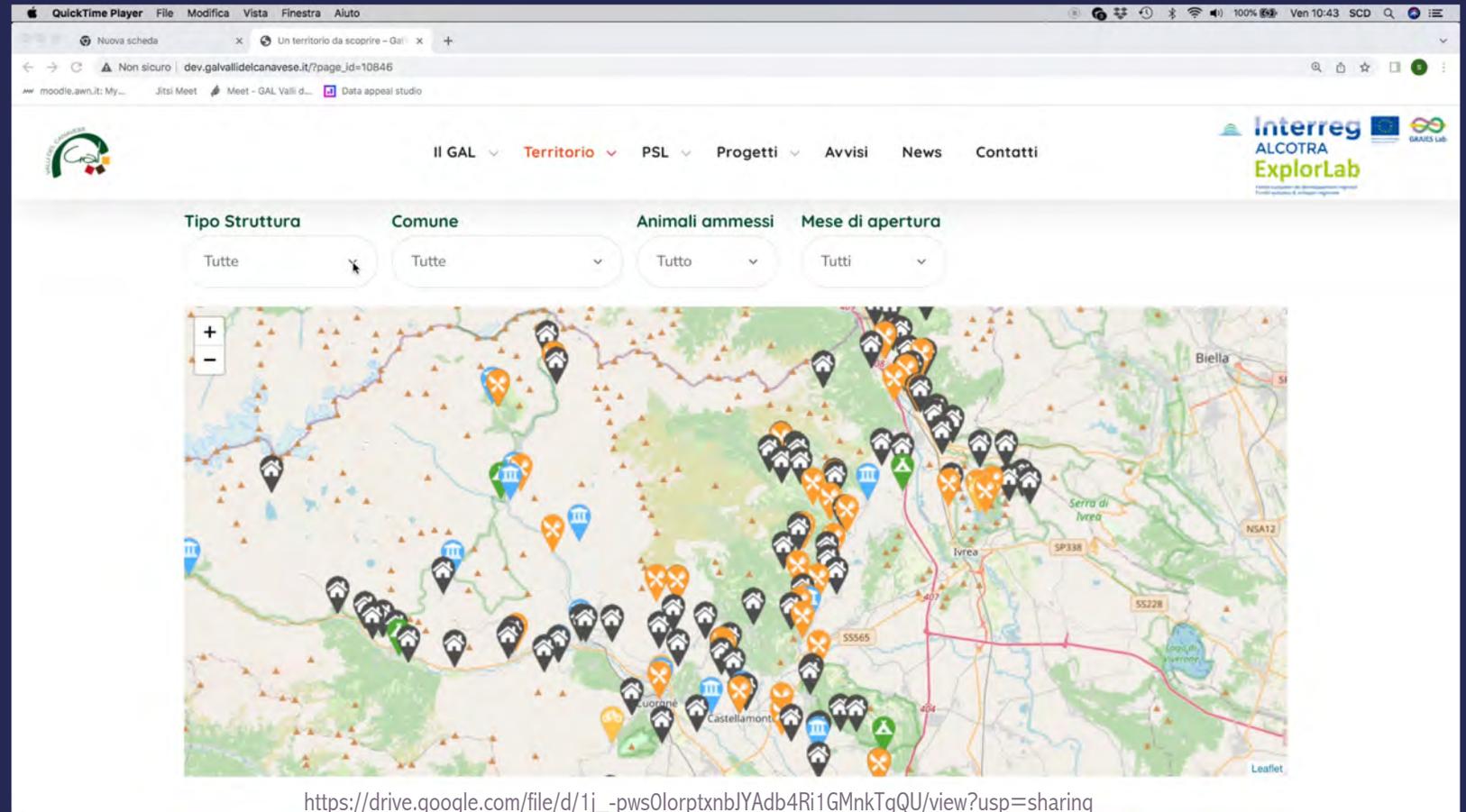
	Strutture	Camere	Letti
Alberghiero	28	330	624
Extra alberghiero	165	924	2.445
Locazioni Turistiche	56	107	238
Totale	249	1.361	3.307



2022

SCOPRI IL
TERRITORIO

la nuova mappa
interattiva del GAL
Valli del Canavese



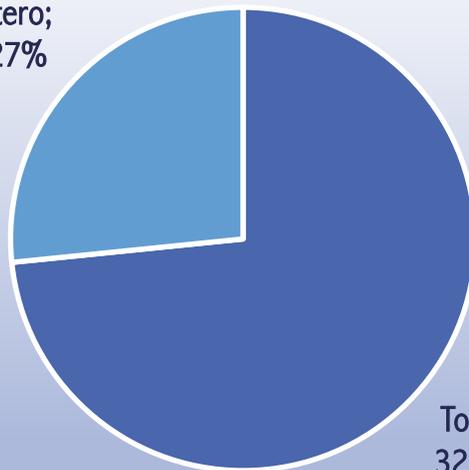
Dall'autunno 2022 il Gal Valli del Canavese mette a disposizione del territorio la Piattaforma interattiva delle risorse e degli operatori turistici [#PITER_GRAIESLab_ExplorLab](#)

2021

COMPOSIZIONE DEL MERCATO TURISTICO

GAL Valli del Canavese

Totale Estero;
11660; 27%



Totale Italia;
32154; 73%

■ Totale Italia ■ Totale Estero

Nel 2021 le presenze sono state **43.810 in totale**, in crescita rispetto al 2020, ma non ancora ai livelli pre-COVID. Si rileva invece un aumento della percentuale di presenze da **paesi esteri: 27%, vs 20% del 2018**

PRESENZE ESTERO 2021	
2.182	Germania
1.799	Paesi Bassi
1.593	Svizzera e Liechtenstein
1.488	Francia
3.237	Altri Paesi Europei
1.361	Paesi Extraeuropei
11.660	TOTALE ESTERO

PRESENZE ITALIA 2021	
14.155	Piemonte
6.717	Lombardia
2.199	Liguria
1.783	Emilia Romagna
1.383	Lazio
1.116	Toscana
1.051	Veneto
770	Campania
2.980	Altre regioni
32.154	TOTALE ITALIA

2021

DISTRIBUZIONE DEI FLUSSI TURISTICI

GAL Valli del Canavese

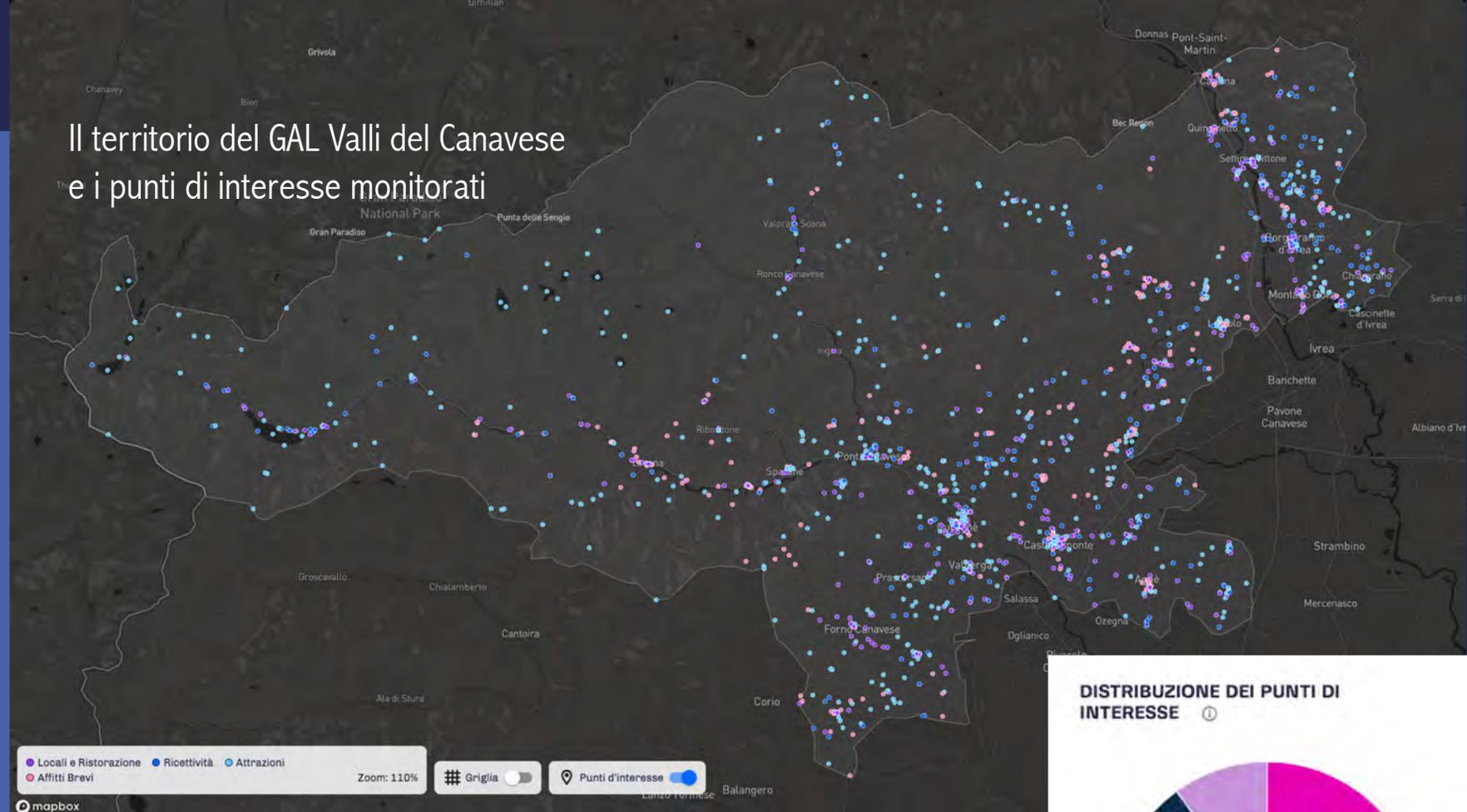
2021	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	TOTALE
ARRIVI	178	626	227	231	1.080	1.953	3.690	5.084	1.991	1.422	520	671	17.673
PRESENZE	510	1.134	676	791	2.236	4.258	10.006	13.925	4.398	2.889	1.366	1.625	43.814
Media notti	2,87	1,81	2,98	3,42	2,07	2,18	2,71	2,74	2,21	2,03	2,63	2,42	2,48



DATA APPEAL STUDIO

Uno strumento di
informazione sull'appeal
turistico presente e futuro
del territorio del GAL

TERRITORIO E P.O.I.



45,2% locali e ristorazione
26,7% attrazioni
18,0% ricettività
10,1% affitti brevi

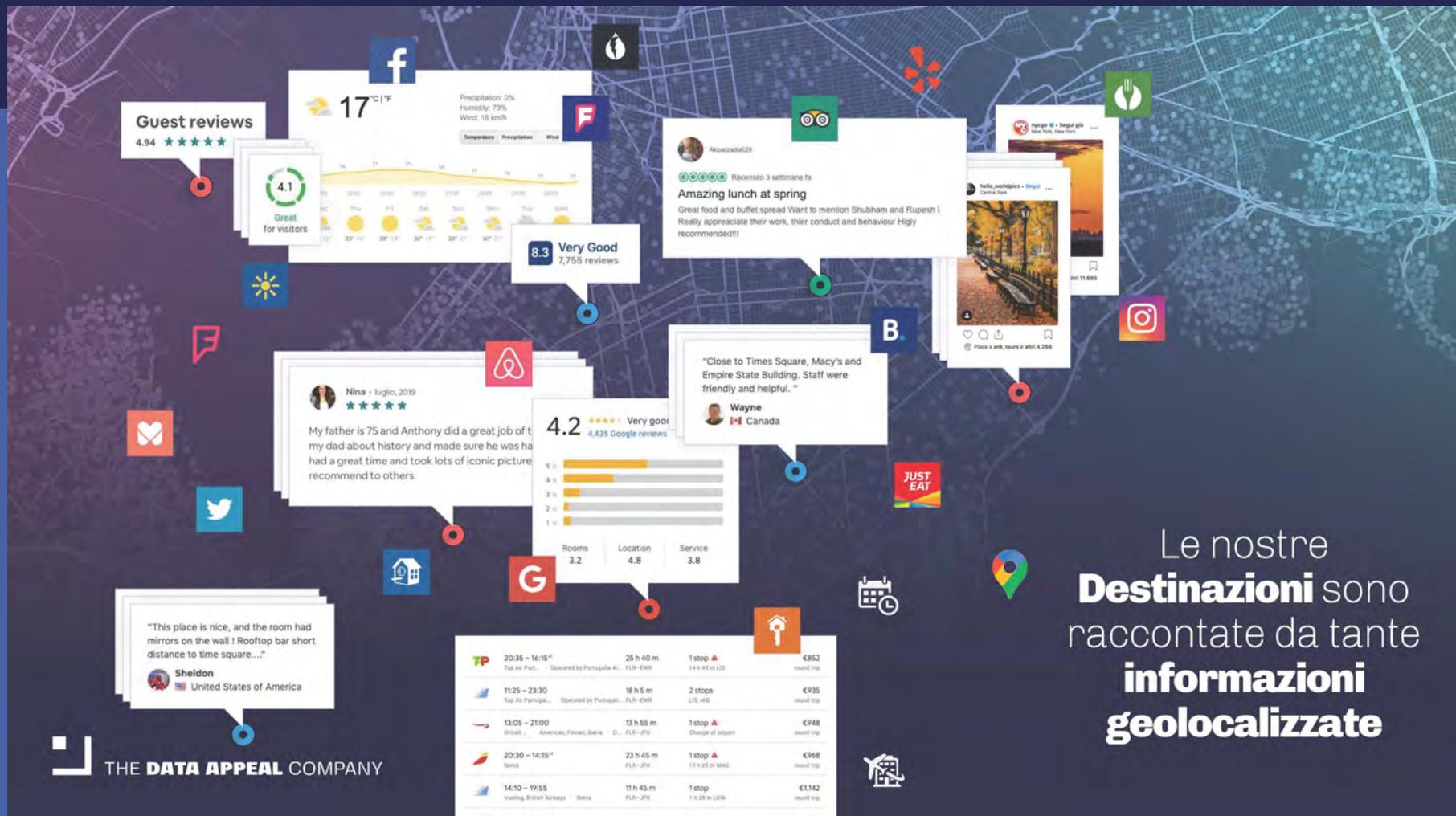
DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



DATA APPEAL STUDIO

Uno strumento di informazione sull'appeal turistico presente e futuro del territorio del GAL

DIGITAL HUMAN EXPERIENCE



THE DATA APPEAL COMPANY

FONTI DEI DATI

recensioni, commenti, giudizi, reperiti su Google, Social, OTA etc., analizzati attraverso algoritmi che restituiscono indicazioni quantitative e qualitative, dalla presenza digitale alla reputazione di un P.O.I.

Le nostre **Destinazioni** sono raccontate da tante **informazioni geolocalizzate**

Quali tipologie di attività sono analizzate? Quanto e come si parla del tuo contesto?

Una panoramica completa delle attività suddivise per tipologia, andamento della stagionalità dei contenuti e del livello della soddisfazione.

DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI INTERESSE



Locali e Ristorazione Ricettività
Attrazioni Affitti Brevi

ANDAMENTO DEL SENTIMENT E DELLA STAGIONALITÀ

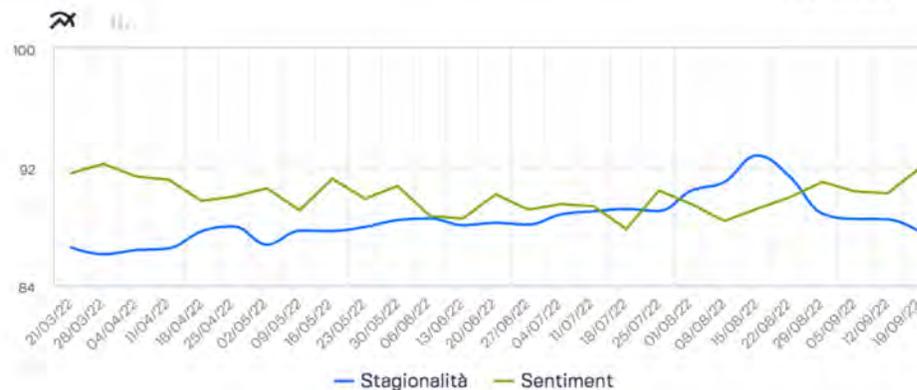
13,3k Contenuti

0,5% Rispetto all'anno precedente

18,3 Contenuti per POI

+1,7 Rispetto all'anno precedente

Settimanale



APR - SETT 2022

Quanto e come parlano del nostro territorio

Stagionalità e *sentiment*

STAGIONALITÀ: numero di conversazioni, commenti e tracce digitali lasciate dai viaggiatori

SENTIMENT: grado di soddisfazione generale rilevato online nei contenuti

Estate 2022: fisiologico calo del *sentiment* laddove cresce il numero dei contenuti; si noti, inoltre, il leggero aumento del numero di contenuti rispetto all'estate 2021

APR - SETT 2022 (VS 2021)

Quanto e come parlano del
nostro territorio

Stagionalità e *sentiment*

VOLUME CONTENUTI E SENTIMENT

Una panoramica temporale dell'evoluzione del volume dei contenuti e Sentiment per il periodo selezionato.

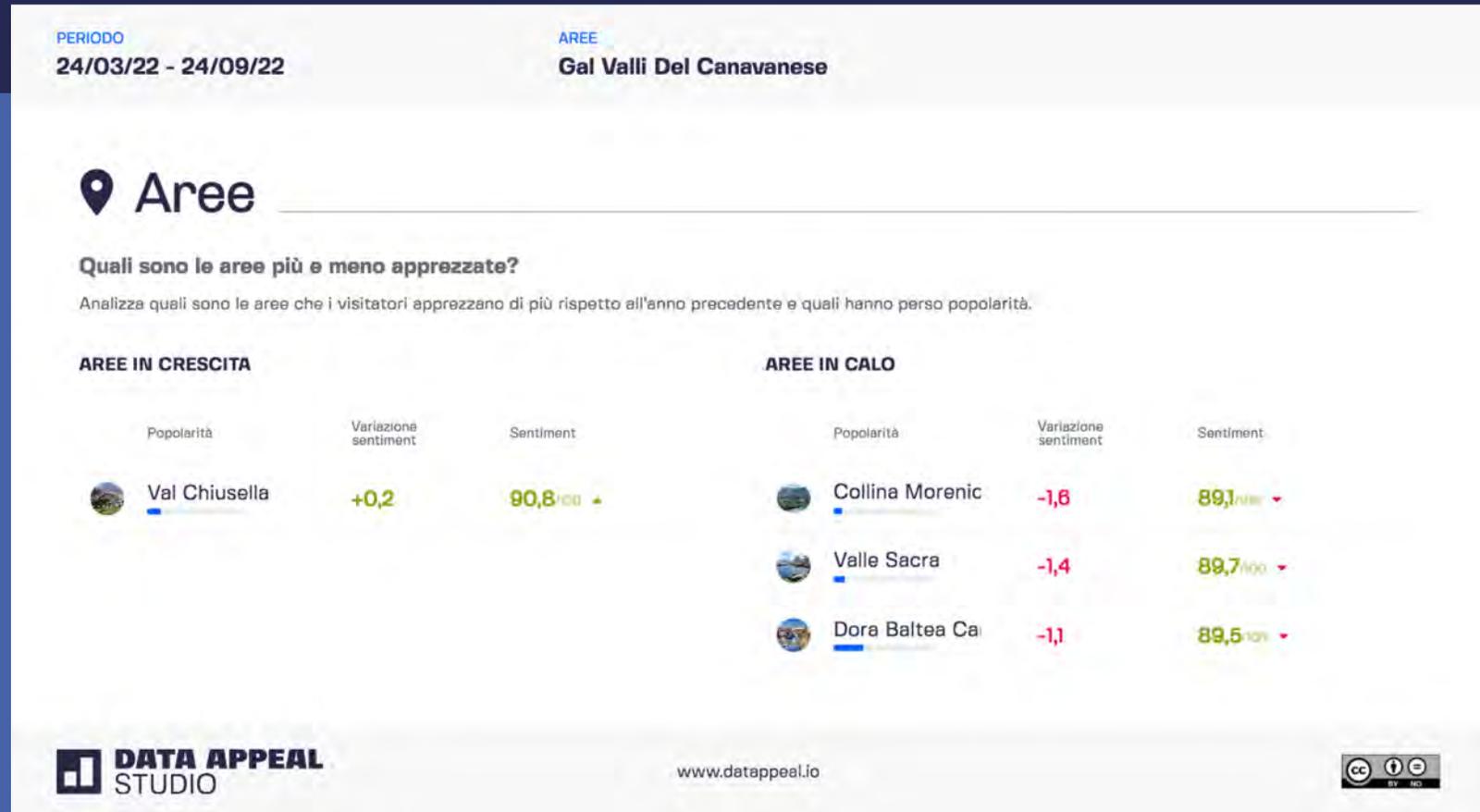


VOLUME CONTENUTI: il lieve aumento del volume dei contenuti rispetto al 2021 è dovuto per lo più alla frequentazione dei nostri territori nelle vacanze / ponti di Pasqua e XXV aprile, quando, a causa della situazione sanitaria non era ancora così agevole scegliere mete più lontane; il picco di agosto è invece meno pronunciato, vista, al contrario, la possibilità di maggior movimento su aree esterne. **QUESTO DATO È IN LINEA CON TUTTE LE DESTINAZIONI MONTANE DI ITALIA**

APR - SETT 2022
(VS 2021)

Quali sono le aree più e meno apprezzate

Aree in crescita ed in calo



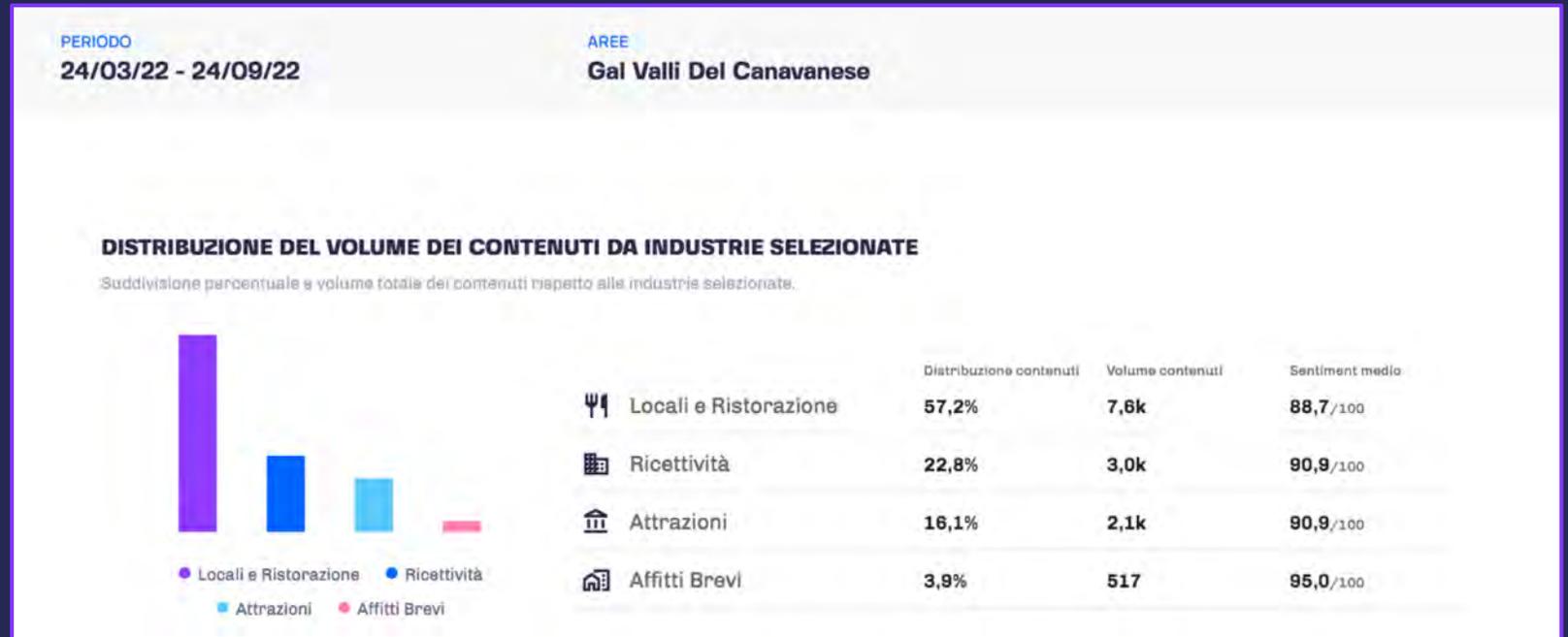
Lo strumento permette un'analisi a livello di sotto-aree e offre la possibilità di prendere in considerazione e valutare eventuali incidenze positive o negative (ad es. organizzazione di eventi, campagne promozionali...)

La primavera - estate 2022 vede per es. la Valchiusella in leggera crescita rispetto all'estate precedente. Un calo di *sentiment* sotto il 2% non è comunque da considerarsi indicativo, anche perché i valori risultano comunque alti.

APR - SETT 2022

Di che cosa parlano
maggiormente
e dove ne parlano

Quali comparti sono
maggiormente commentati
e su quali piattaforme



	Recensioni	Rating	Sentiment
Booking.com	47,4% ▲	9,0/10	90,3/100 ▼
Google	46,2% ▼	9,1/10	91,7/100 ▲
TripAdvisor	5,5% ▼	9,0/10	90,4/100 ▲
bed-and-breakfast	0,7% ▲		
Hotels.com	0,1% ▼	8,0/10 ▼	80,0/100 ▲

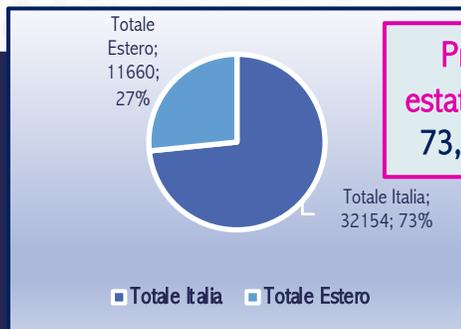
ESTATE 2022 (VS 2021)

Chi parla dei nostri territori

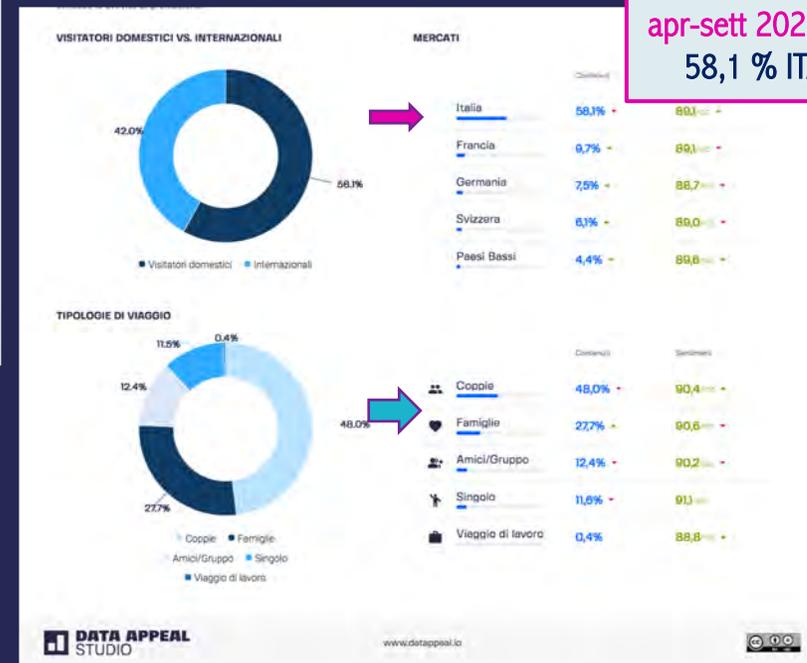
Visitatori domestici
vs internazionali
(e tipologie di viaggiatori)



Contenuti
apr-sett 2021
70,4 % ITA



Presenze
estate 2021
73,0 % ITA



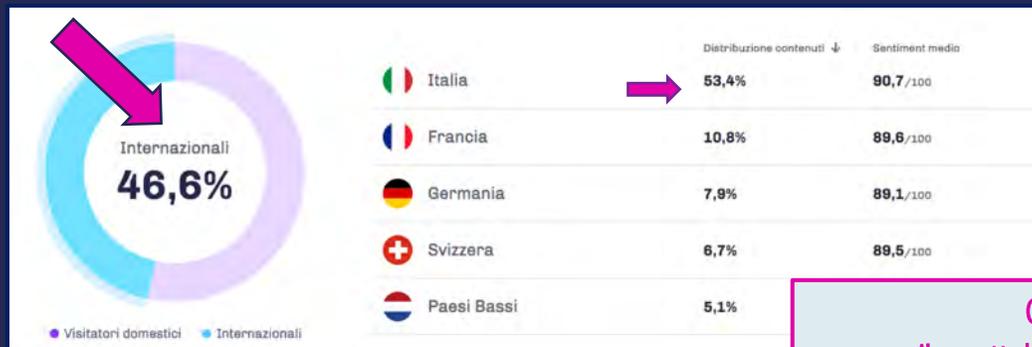
Contenuti
apr-sett 2022
58,1 % ITA

Prevalenza di contenuti prodotti da **visitatori italiani** (in linea con i dati delle presenze), con una crescita dei contenuti da parte di **visitatori internazionali** nella primavera-estate 2022 (**42%**), a causa della maggiore possibilità di movimento anche per gli stranieri

ESTATE 2022 (VS 2021)

Chi parla dei nostri territori

Visitatori domestici
vs internazionali
(e tipologie di viaggiatori)



Contenuti
aprile - ottobre 2022
46,6 % INTERNAZIONALI



Contenuti
solo ottobre 2022
55,8 % INTERNAZIONALI

La percentuale di contenuti da parte di **visitatori internazionali** aumenta ulteriormente se consideriamo anche il mese di ottobre, mese storicamente amato soprattutto da Tedeschi e Svizzeri: quasi il **56%** (dato interessante per i processi di destagionalizzazione e per le strategie di promozione / comunicazione)

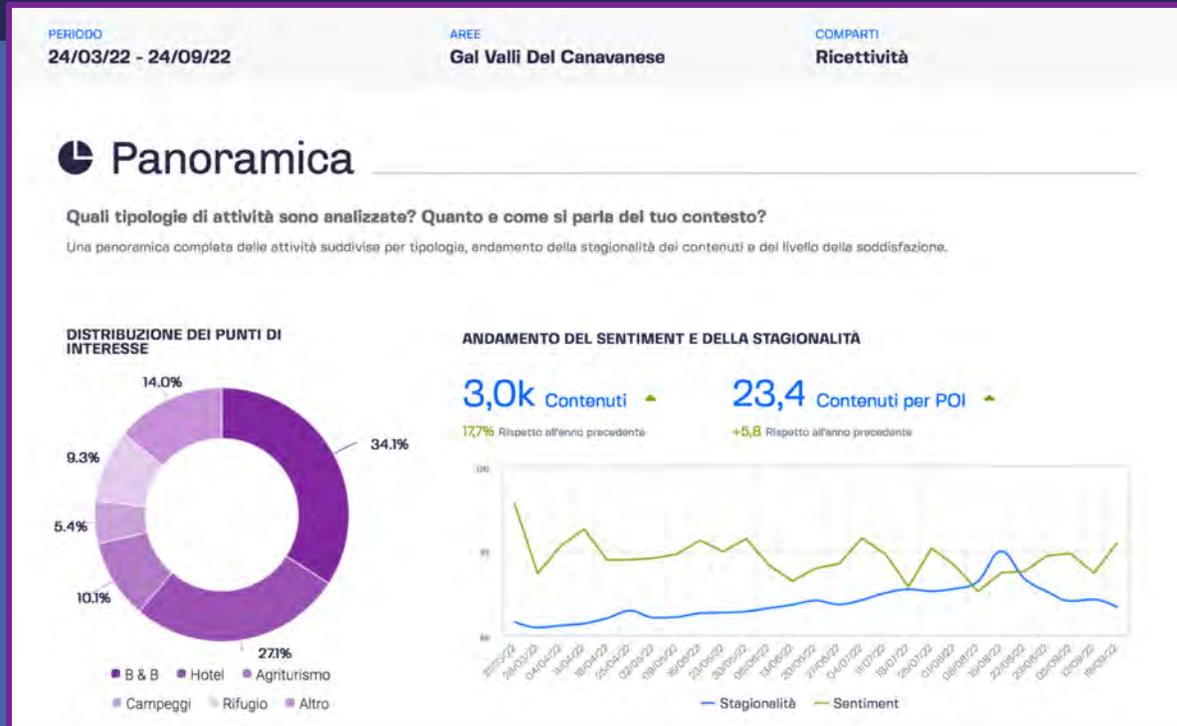
APR - SETT 2022
(VS 2021)

Quali i comparti con le
migliori performances

Comparto ricettivo

... e di sotto-comparto

Nel 2022 sembrano per es.
B&B e campeggi i maggiori
responsabili del
miglioramento del *sentiment*



Lo strumento permette anche
un'analisi a livello di comparto

Per quel che riguarda la
RICETTIVITÀ per es.,
Nella primavera-estate 2022,
aumenta considerevolmente il
numero dei contenuti rispetto
all'anno precedente e migliora il
sentiment



34,1 % contenuti su B&B > 27,1% hotel (Dato NON in linea con la
tendenza generale delle destinazioni montane italiane)

APR - SETT 2022

Focus ricettività 🏠
Provenienza ITALIA 🇮🇹

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

Cluster & Topic

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

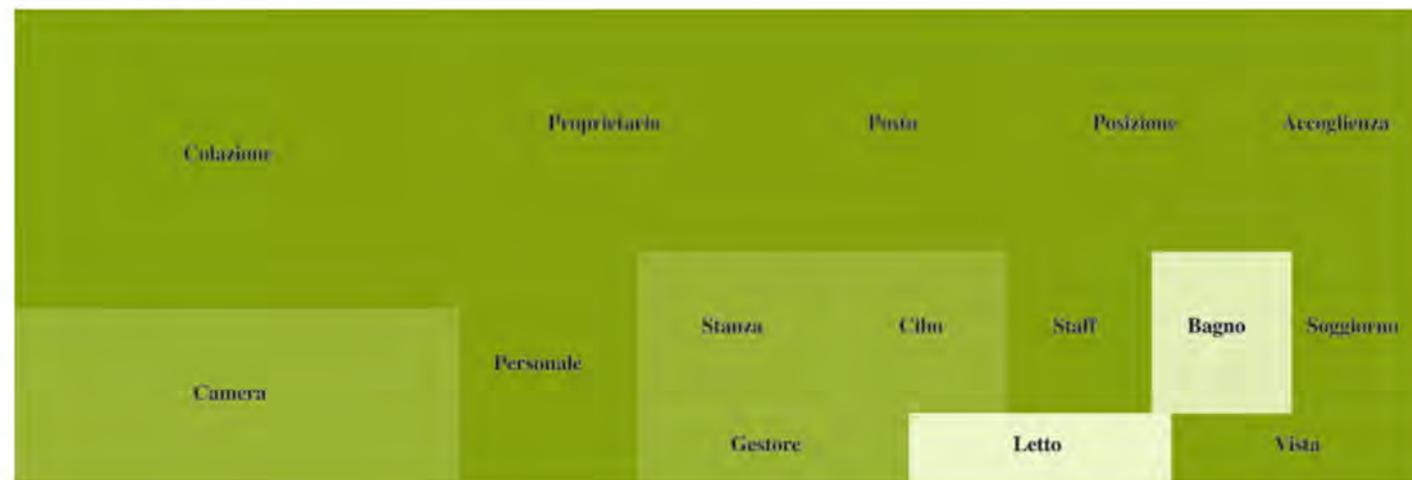
Individua gli aspetti più apprezzati, da valorizzare e incentivare, ma anche le criticità da risolvere.

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment
📁 Staff	26,6% ▲	97,5/100 ▲
📁 Ristorazione	22,7% ▼	94,8/100 ▲
📁 Camera	16,1% ▼	79,3/100 ▼
📁 Atmosfera	14,9% ▼	88,0/100 ▼
📁 Pulizia	8,3% ▲	100,0/100 ▲

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Fonte dati: DATA APPEAL STUDIO



APR - SETT 2022

Focus ricettività 

Provenienza ESTERO



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

PERIODO
24/03/22 - 24/09/22

AREE
Gal Valli Del Canavese

COMPARTI
Ricettività

Cluster & Topic

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

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

CLUSTER

	Contenuti	Sentiment
 <u>Ristorazione</u>	23,2% ▲	93,7 _{rit} ▼
 <u>Atmosfera</u>	22,8% ▼	90,6 _{nat} →
 <u>Camera</u>	19,8% ▼	86,3 _{nat} ▼
 <u>Staff</u>	18,6% ▲	94,1 _{nat} ▼
 <u>Struttura</u>	4,5% ▼	86,5 _{nat} ▼

ARGOMENTI PIÙ DISCUSSI

Fonte dati: DATA APPEAL STUDIO



FOCUS PUNTI DI INTERESSE

Primavera - Estate 2022
Attrazioni

Quali sono i P.O.I. più commentati e qual è il loro *sentiment* medio (15/100 P.O.I.)

Punti d'interesse principali				
	Città	Tipo	Volume contenuti	Sentiment medio
 Castle of Agliè	Agliè	Attrazione	329	88,4 /100
 Cascata di Noasca	Noasca	Attrazione	232	92,4 /100
 Guje Of Garavot	Alice superiore	Attrazione	96	84,0 /100
 Pian delle Nere	Castelnuovo nigra	Attrazione	80	94,8 /100
 Cascatella Fund (Traversella)	Traversella	Parco	78	95,7 /100
 Lago di Ceresole	Ceresole reale	Lago	77	94,4 /100
 Lago Sirio	Ivrea	Lago	74	92,1 /100
 Terre Ballerine, Lago Coniglio	Montalto dora	Lago	61	87,4 /100
 Damanhur and the Temples of Humankind	Vidracco	Attrazione	53	90,3 /100
 Parco di Villa Ogliani	Rivara	Parco	49	81,0 /100
 Colle del Nivolet	Ceresole reale	Area escursionistica	47	97,1 /100
 Big bench Andrate	Andrate	Attrazione	44	97,1 /100
 Lake Platform	Chiaverano	Paesaggistica	42	86,1 /100
 Monte Belice	Cuorgnè	Parco	37	95,3 /100
 Torrente Chiusella	Vico canavese	Lago	35	96,6 /100

FOCUS PUNTI DI INTERESSE

Primavera - Estate 2022
Ricettività

Quali sono i P.O.I. più commentati e qual è il loro *sentiment* medio (15/100 P.O.I.)

Punti d'interesse principali				
	Città	Tipo	Volume contenuti	Sentiment medio
 Locanda Aquila Bianca	Valprato soana	Hotel	128	91,7/100
 Camere d'Aria	Locana	B & B	124	98,7/100
 L'Ospitalità del Castello	Settimo vittone	B & B	114	92,3/100
 Agriturismo La Desiderata	Agliè	Agriturismo	111	92,2/100
 Relais Castello San Giuseppe Chiaverano	Chiaverano	Hotel	109	80,7/100
 B&B Al vecchio torchio	Settimo vittone	B & B	95	97,5/100
 B&B Valle Orco	Sparone	B & B	93	94,7/100
 Agriturismo La Prateria	Castellamonte	Agriturismo	69	90,2/100
 Grand Hotel Ceresole	Ceresole reale	Hotel	68	94,4/100
 Chalet Rosa dei Monti	Valprato soana	Hotel	68	96,5/100
 Camping Piccolo Paradiso Di Oberto Alessandra Rita	Ceresole reale	Campeggi	62	93,5/100
 La Cascina	Agliè	B & B	59	91,7/100
 RIFUGIO ALPINO SANTA PULENTA	Locana	B & B	58	95,0/100
 Hotel Blanchetti	Ceresole reale	Hotel	57	90,2/100
 Mini Hotel Praiale	Quincinetto	Hotel	56	88,0/100

FOCUS PUNTI DI INTERESSE

Primavera - Estate 2022

Locali/ristorazione

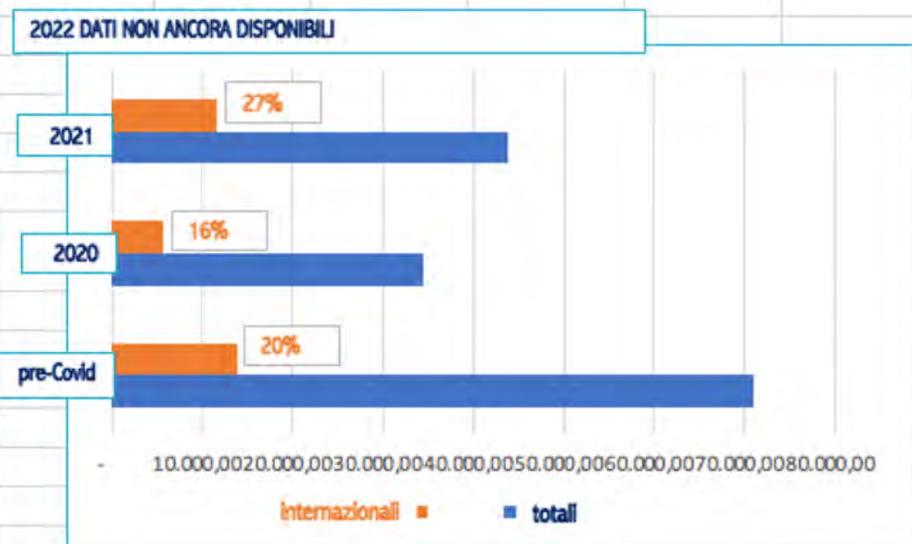
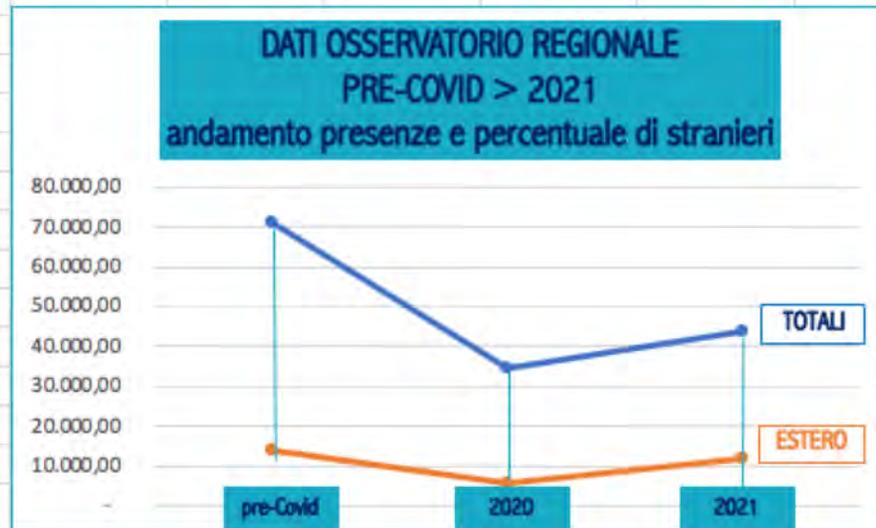
Quali sono i P.O.I. più commentati e qual è il loro *sentiment* medio (15/100 P.O.I.)

Punti d'interesse principali				
	Città	Tipo	Volume contenuti	Sentiment medio
 Osteria dei Viaggiatori	Noasca	Ristorante	150	90,5/100
 La Genzianella	Ceresole reale	Ristorante	149	91,0/100
 Ristotrattoria La Monella	Montalto dora	Ristorante	146	80,4/100
 Bathing Establishment Chalet Moia	Chiaverano	Bar	141	85,0/100
 Albergo Miniere	Traversella	Ristorante	136	90,7/100
 Agrimont Agrigelatetia	Settimo vittone	Gelateria	124	93,3/100
 Tiziano locana	Locana	Pizzeria	121	90,9/100
 Albergo Ristorante Buasca	San colombano belmonte	Ristorante	118	86,3/100
 Al Balmet dal Farinel	Borgofranco d' ivrea	Fast food	118	91,5/100
 L'Incontro	Alice superiore	Ristorante	114	86,7/100
 Il Veliero	Borgofranco d' ivrea	Pizzeria	110	86,6/100
 Osteria La Sosta	Settimo vittone	Ristorante	108	91,5/100
 Viridian Restaurant & Gourmet Pizza	Borgofranco d' ivrea	Ristorante	107	84,4/100
 Trattoria Vecchio Cipresso	Chiaverano	Ristorante	105	92,4/100
 Pizzeria Magna Rosa	Quincinetto	Ristorante	105	94,5/100

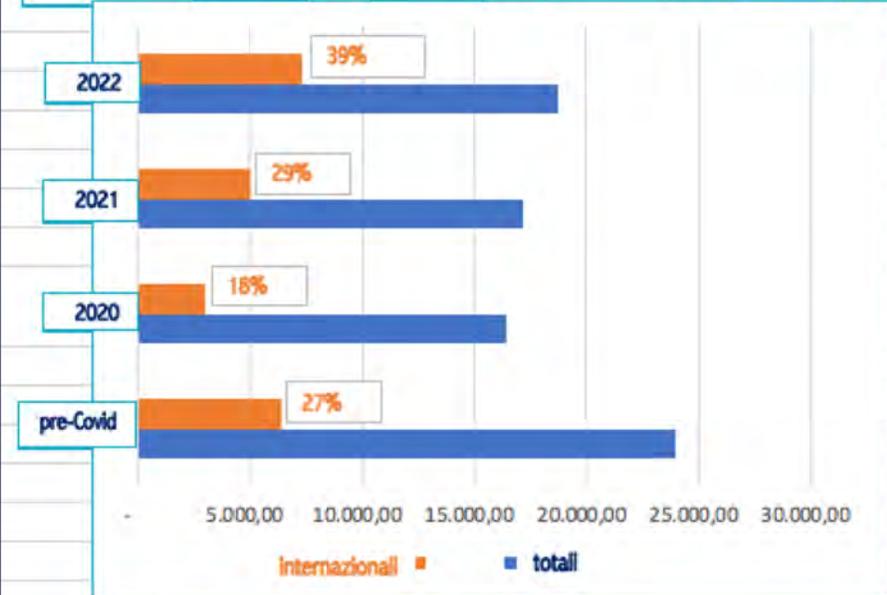
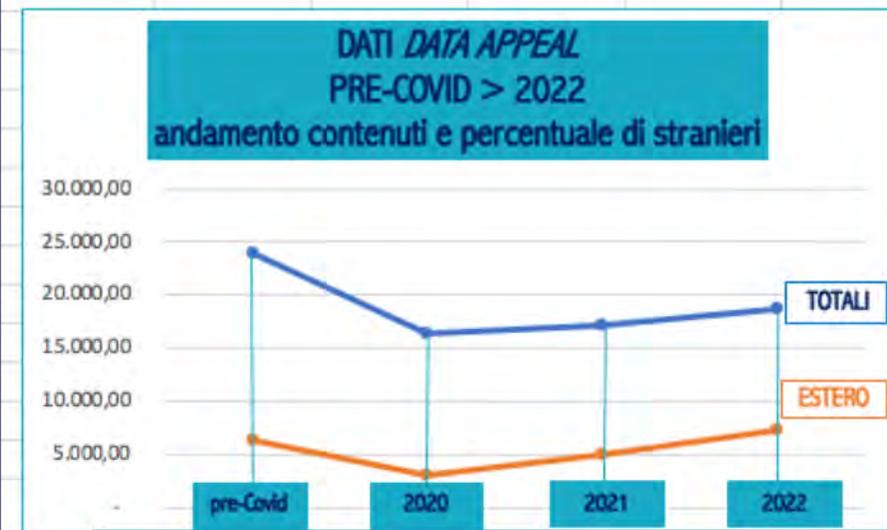
Dal pre-Covid al 2022

Incidenza COVID 19

ANDAMENTO DEL
NUMERO DEI CONTENUTI
(Data Appeal)
E DELLE PRESENZE
(Osservatorio turistico)



Dopo il calo di visitatori del 2020 i numeri iniziano a crescere, con un aumento, nel 2021, della percentuale dei visitatori stranieri (da 20% a 27%)



Dopo il calo del 2020 i numeri iniziano a crescere, con un **sorprendente aumento**, nel 2022, della % di contenuti da parte di visitatori stranieri (da 27% a 39%)

APR – SETT 2022

RICETTIVITÀ

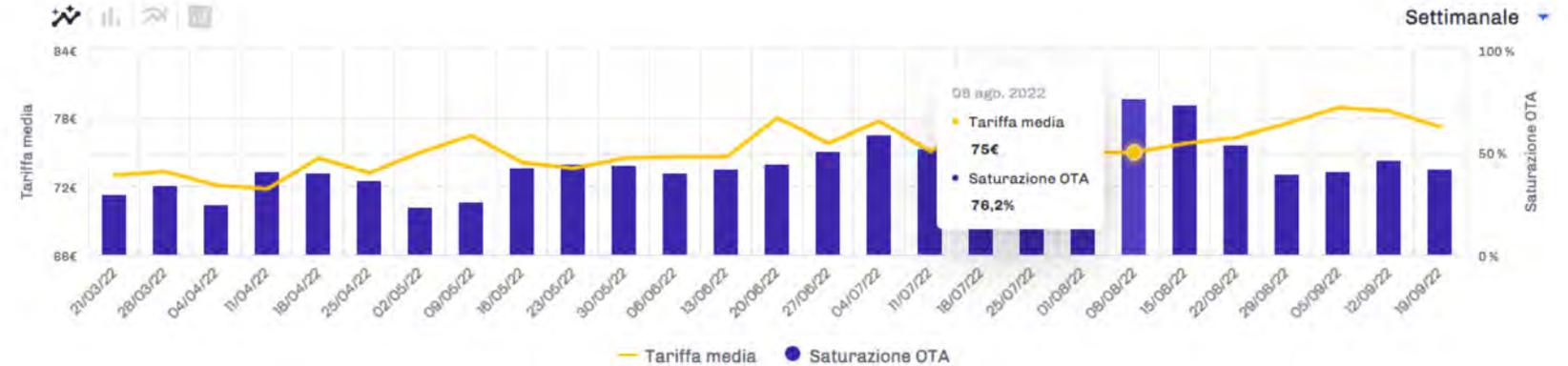
Andamento della domanda

Monitoraggio dei prezzi

DATI ECONOMICI

TARIFFA MEDIA E SATURAZIONE OTA

Panoramica delle tariffe e della saturazione OTA per il periodo selezionato.



Monitoraggio delle tariffe della ricettività sulle OTA

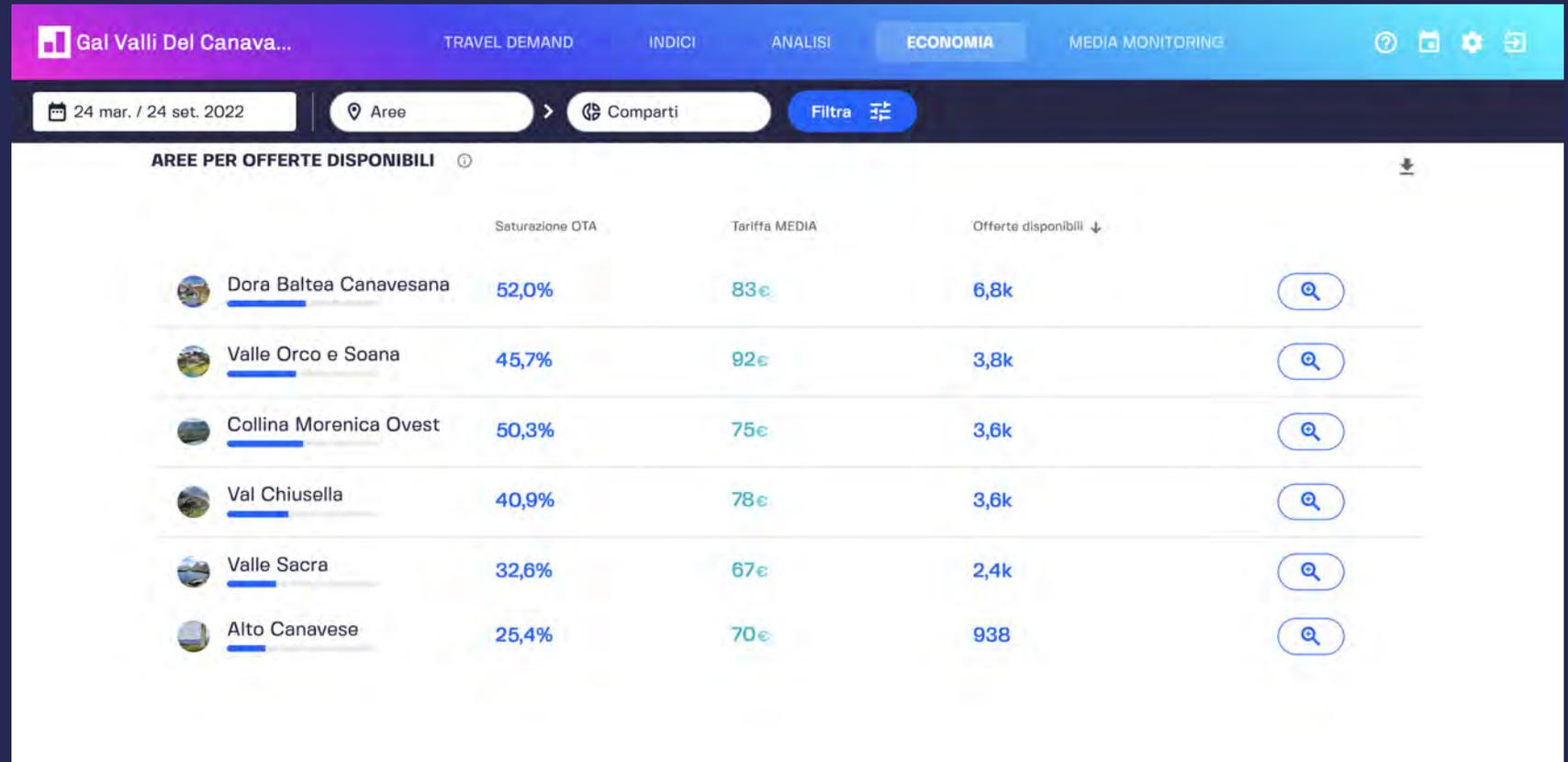
rilevamento dell'andamento nei mesi passati, presenti e successivi con riferimento ai valori medi per tipologia e categoria; visualizzazione di un indicatore di occupazione per l'area di riferimento

APR – SETT 2022

RICETTIVITÀ

Andamento della domanda
Monitoraggio dei prezzi

DATI ECONOMICI



	Seturazione OTA	Tariffa MEDIA	Offerte disponibili ↓	
 Dora Baltea Canavesana	52,0%	83€	6,8k	
 Valle Orco e Soana	45,7%	92€	3,8k	
 Collina Morenica Ovest	50,3%	75€	3,6k	
 Val Chiusella	40,9%	78€	3,6k	
 Valle Sacra	32,6%	67€	2,4k	
 Alto Canavese	25,4%	70€	938	

Approfondimento a livello di singola area

Tariffe medie della ricettività sulle OTA e indicatore di occupazione per l'area di riferimento

QUANTO PESA ECONOMICAMENTE IL COMPARTO TURISTICO NEL GAL VALLI DEL CANAVESE?

PROVIAMO A FARE
UN PO' DI CALCOLI ...

VALUTAZIONE IN EPOCA PRE-COVID

PERNOTTAMENTO + ALTRE SPESE x NUMERO PRESENZE
(Dati Osservatorio turistico Pre-COVID)

Tipologia spesa	Importo giornaliero a persona	Totale
Pernottamento	38,00	2.699.672,00
Pranzo + cena	50,00	
Varie + servizi	12,00	
Totale (1 turista)	100,00	
presenze (Osservatorio)	71.044,00	
TOTALE COMPLESSIVO	7.104.400,00	

TENDENZA PER IL 2022 (escluso dicembre)

SOLO PERNOTTAMENTO E SOLO OTA
(Dati Data appeal studio)

Tariffa media	Offerte vendute	Totale pernottamenti
74,93	28.387	2.156.027,10

Grazie per
l'attenzione

05.12.2022



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

