UNIONE INDUSTRIALE BIELLESE

News - 03/04/2024

Giornata del Turismo in Piemonte: i dati e i temi

Il commento di Laura Zegna, presidente Commissione Turismo Confindustria Piemonte



"Le Direttrici di Sviluppo del Turismo in Piemonte" è il tema della tavola rotonda realizzata nell'ambito della Giornata del Turismo in Piemonte, nei giorni scorsi a Torino. Moderata dal giornalista di Torino Oggi, Massimiliano Sciullo, hanno preso parte alla tavola rotonda **Laura Zegna**, presidente della Commissione Industria del Turismo Confindustria Piemonte; **Giancarlo Banchieri**, presidente Confesercenti Piemonte; **Francesco Bordino**, Coordinatore Regionale Piemonte e Valle d'Aosta Associazione Borghi più Belli d'Italia; **Fabio Borio**, presidente Federalberghi Torino; **Maria Luisa Coppa**, presidente Ascom Confcommercio Torino; **Alessandro Zanon**, Direttore Visit Piemonte. L'ultimo intervento è stato quello di **Paolo Bertolino**, Segretario Generale Unioncamere Piemonte, che ha tratto le conclusioni del dibattito.

Il commento di Laura Zegna

"Le relazioni interessanti degli oratori e soprattutto la sequenza dei dati così positivi sul turismo piemontese nel 2023 sono il risultato del **buon lavoro di squadra fatto tra pubblico e privato.** Non bisogna interrompere questa strategica collaborazione ma estenderla per raggiungere risultati sempre più premianti per la nostra regione".

La filiera turistica piemontese

Oltre **40mila imprese registrate** (il 9,5% del totale), oltre **160mila addetti** (10,1% del totale) e circa **33mila alloggi** Airbnb presenti sul territorio regionale: sono questi i numeri della filiera turistica in Piemonte a fine 2023. Con l'obiettivo di monitorare l'economia del turismo, nell'estate del 2023 Unioncamere Piemonte ha realizzato, con il supporto di ISNART, indagini dirette alle imprese turistiche e ai turisti in vacanza sul territorio.
L'indagine qualitativa rivolta alle imprese ha rilevato come, **tra il 2019 e il 2023, le vendite siano risultate stabili per il 57,3% delle realtà intervistate**, in aumento per il 32,9%, in calo per un'impresa su dieci; in media, si parla di una variazione temporale delle vendite del +4,8%.

Concentrando l'attenzione sui mesi estivi (giugno-settembre), **si stima un'occupazione media delle camere del 50,9%**, con prezzi di vendita che appaiono stabili per quasi due imprese su tre (63,9%), a fronte di una quota del 35,7% che si è, invece, vista costretta ad aumentarli a seguito di un inasprimento dei costi di gestione, imputabile principalmente alle tensioni geopolitiche internazionali e al rincaro energetico.
Nel complesso, **il 2023 si chiude positivamente con oltre la metà delle strutture che prevede di realizzare un utile**; il 41,3% raggiunge il pareggio (Break Even Point).

Le strutture ricettive piemontesi si mostrano sensibili ai temi dell'efficienza/risparmio energetico e della riduzione dell'impatto ambientale: il 46,8% delle imprese prevede, infatti, di introdurre innovazioni in questo senso nei prossimi tre anni. Oltre una realtà su cinque intende, poi, investire nello sviluppo di servizi integrativi al prodotto/servizio. Riguardo l'ambito digital, le strutture hanno cercato nuove figure professionali quali Online Booking Specialist (3,4%) e Web Content Specialist (2,8%) per arricchire le proprie skills.

L'indagine realizzata dal lato della domanda ha messo in luce l'**interesse dei turisti italiani e stranieri verso il patrimonio artistico-monumentale della nostra regione** (30,4%, a fronte di un dato medio nazionale del 31%), seguito dal **patrimonio naturalistico** (26%; 17% media Italia) e dagli **interessi enogastronomici** (16%, a fronte di un dato medio nazionale del 14%).
A destinazione, però, l'interesse naturalistico prevale sul culturale: il 65,1% si dedica a escursioni e gite, il 45,1% visita i Centri Storici. Appare importante anche la pratica di attività sportive, che coinvolge il 23,1% dei turisti, dando vita a un potenziale **trinomio trasversale "natura-sport-cultura"**. Internet influenza la scelta del soggiorno ideale del 44,4% dei vacanzieri, ne deriva un target attivo e consapevole che, nel 29,3% dei casi, fa ritorno in Piemonte per una nuova esperienza di vacanza.

Le performance della spesa turistica

Attraverso l'elaborazione dei Big data generati dalle transazioni Mastercard è, inoltre, possibile fornire una visione articolata della performance della spesa turistica nazionale ed internazionale in Piemonte.
Nel corso del 2023 la spesa turistica è aumentata di circa 17 punti percentuali rispetto all'anno precedente, sostenuta dall'incremento del 14% della componente internazionale e dallo sviluppo ancor più sostenuto di quella nazionale non residente in Piemonte (+20%). Il turismo in Piemonte evidenzia una **distribuzione abbastanza equivalente tra nazionale e internazionale,** con il secondo che prevale nei volumi complessivi mentre il primo evidenzia una crescita più accentuata.

La provincia di **Torino** è il centro del turismo piemontese, sia sul domestico che sull'internazionale. Tra le altre province spiccano **Alessandria** (dove ha un peso importante lo shopping), **Cuneo** (enogastronomia e Langhe) e **Novara** (soprattutto sul nazionale). Da notare la provincia del **Verbano** che ha un impatto limitato sul turismo domestico, mentre sull'internazionale pesa un quinto del totale. Le province di **Asti**, **Biella** e **Vercelli** evidenziano, invece, un contributo più limitato su entrambe le componenti.

Concentrando l'attenzione sul turismo di provenienza straniera, **Svizzera, Germania e Francia** rappresentano i principali Paesi per quota detenuta sui volumi di spesa complessivi. Il turismo svizzero è quello che ha generato i volumi di speso più alti (18%), in crescita del 9% rispetto al 2022 e un buon ticket di spesa medio (68 euro circa); i tedeschi hanno manifestato un comportamento in linea con il mercato svizzero (ticket medio di 75 euro e una crescita consistente), mentre i francesi evidenziano una crescita importante dei volumi di speso (+16%), ma un ticket medio più basso (44 euro).

Quanto, infine, ai settori, **ristoranti** ed **hotel** rappresentano un terzo della spesa internazionale nel 2023, mentre incidono meno sul domestico. La ristorazione ha registrato un aumento complessivo dello speso su base annua del 22%, mentre per gli hotel la crescita non è andata oltre i 4 punti percentuale.
L'abbigliamento è una voce di spesa importante pesando per oltre un quinto del totale (con crescita al 20%). **Lo shopping cresce sensibilmente** (29%) e ha un peso equivalente su domestico e internazionale.

Sito di provenienza: Unione Industriale Biellese - https://www.ui.biella.it