



30
OTTOBRE
2025

CONVEGNO

IL POTENZIALE ABITATIVO DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA

RIGENERARE IL COSTRUITO

Teatro Sociale di Valenza (AL)

In collaborazione con:



Si ringrazia:



TEATRO SOCIALE VALENZA



Media Partner:



Main sponsor:





IL TEMA DELL'ABITARE IN PROVINCIA DI ALESSANDRIA

ANDREA GIANOTTI

Responsabile Centro Studi de "Il Sole24Ore"

In collaborazione con:



Si ringrazia:



Media Partner:



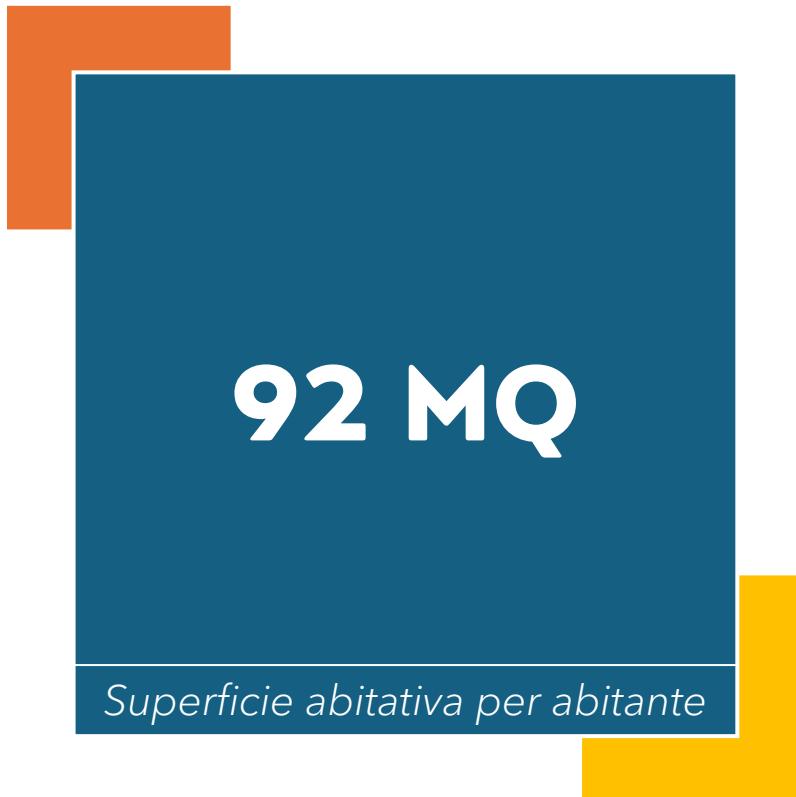
Main sponsor:



INFRA- STRUUTURE AL CENTRO DEL NORDOVEST

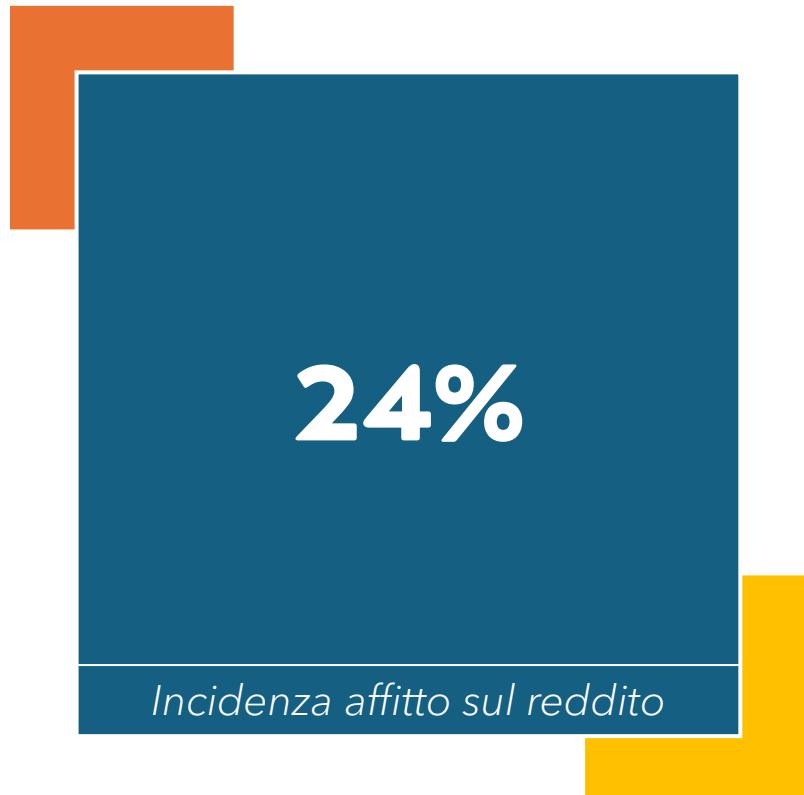


CASE PIÙ GRANDI



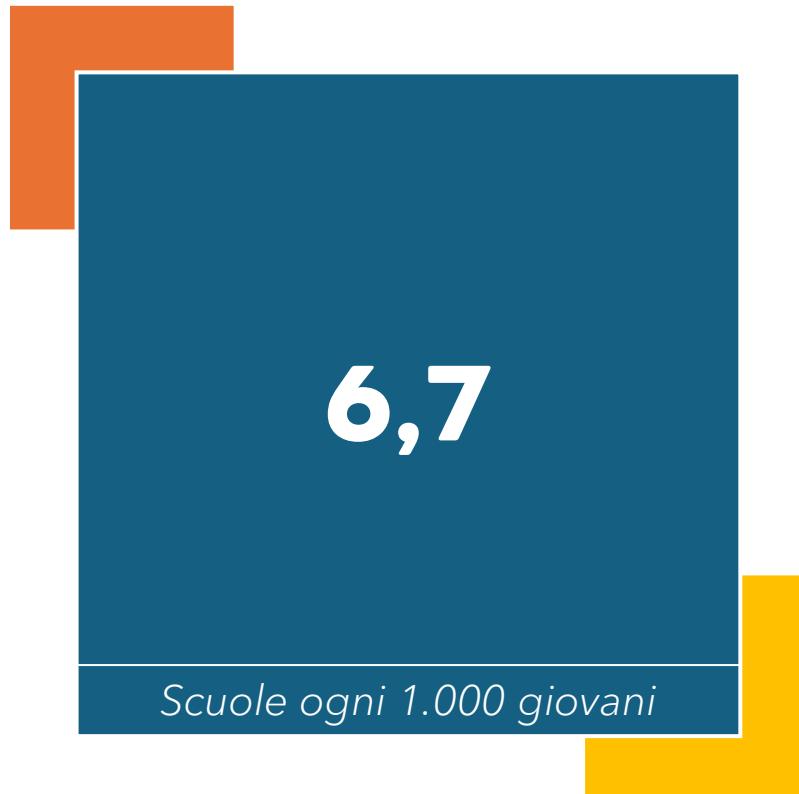
Alessandria offre spazi abitativi molto superiori rispetto alle grandi città: a Milano la media è di 57 mq, a Torino 64 mq e a Roma solo 54 mq.

LOCAZIONI PIÙ CONTENUTE



Il peso dell'affitto resta contenuto, con una sostenibilità abitativa molto maggiore rispetto alle metropoli del Nord-Ovest, dove si raggiunge o si supera il 40%.

OFFERTA FORMATIVA ADEGUATA



La presenza di strutture scolastiche supera la media piemontese, in particolare per gli istituti superiori e per le scuole dell'infanzia, garantendo l'accesso in tutte le fasce d'età.

RETE STRADALE MENO CONGESTIONATA



13k/23k

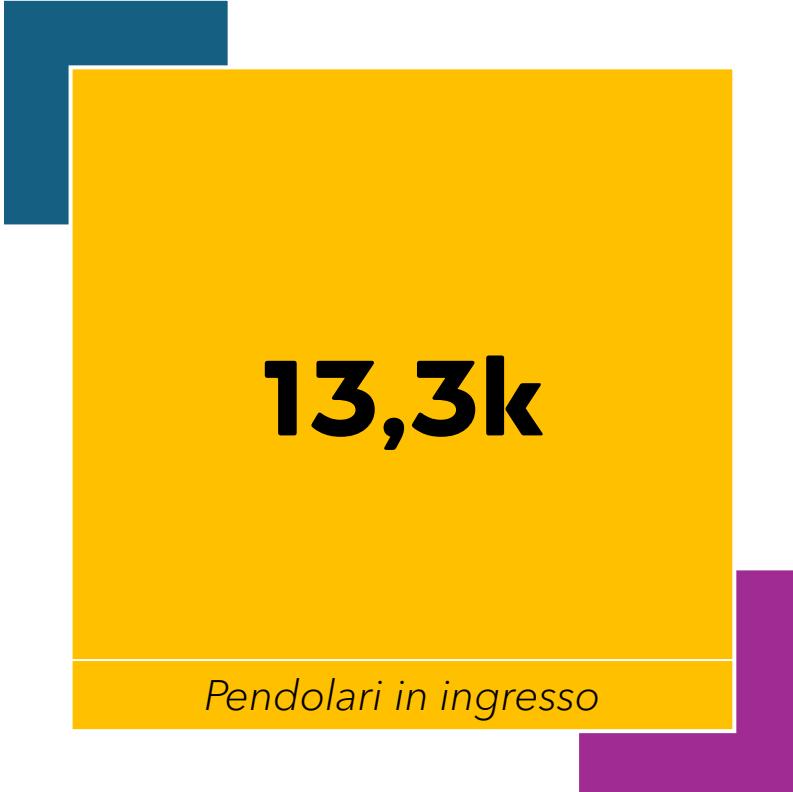
Traffico medio al giorno

Nel 2023, il traffico medio sui tre segmenti autostradali è stimato tra 13.000 e 23.000 veicoli al giorno, secondo la Regione Piemonte. Sono volumi tipici di tratte scorrevoli, lontani dai livelli di congestione delle arterie più trafficate: la media italiana è di circa 44.000 veicoli al giorno.

COME CAMBIA IL MONDO DEL LAVORO



PROFESSIONALMENTE ATTRATTIVA

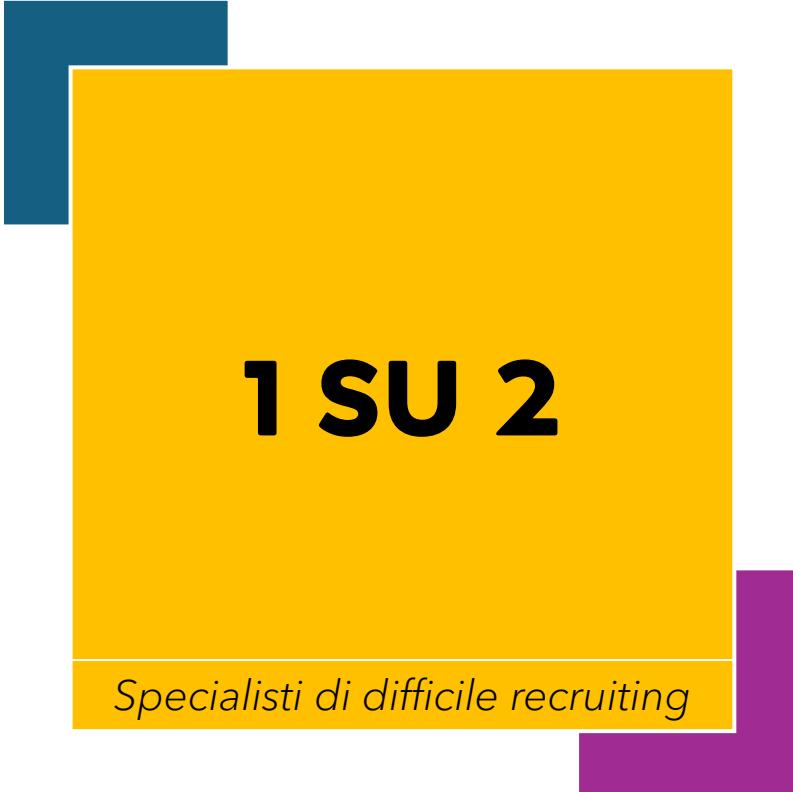


13,3k

Pendolari in ingresso

La posizione strategica di Alessandria facilita gli spostamenti professionali: il territorio accoglie anche lavoratori con permanenze più lunghe: operai stagionali, maestranze impiegate nei cantieri degli hub logistici, tecnici specializzati negli stabilimenti industriali.

IN CERCA DI RISORSE



1 SU 2

Specialisti di difficile recruiting

Tra le nuove assunzioni previste per il 2024, quasi la metà (49% del totale) riguarda figure specializzate, una percentuale superiore rispetto alla media nazionale, che non arriva al 44%.

LA CRESCITA DELLA MOBILITÀ PROFESSIONALE



In Europa, è il valore complessivo dei movimenti dei lavoratori per viaggi per motivi professionali.

IL SETTORE TURISTICO



4K

Fabbisogno lavoratori turismo

Nel settore turistico, la carenza di alloggi per il personale stagionale è uno dei principali ostacoli al reclutamento. Per il 2024 sono state stimate 3.930 nuove assunzioni, in crescita dell'8% rispetto al 2022.

A close-up photograph of a person's hands holding a stack of books. The person is wearing a light blue button-down shirt and a dark grey textured skirt. They are wearing two rings: a gold band on their left hand and a blue and gold ring on their right hand. The books have yellow and black covers.

DALLA
UNIVERSITÀ
UN MOTORE DI
CRESCITA

IL SUCCESSO DELL'UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE

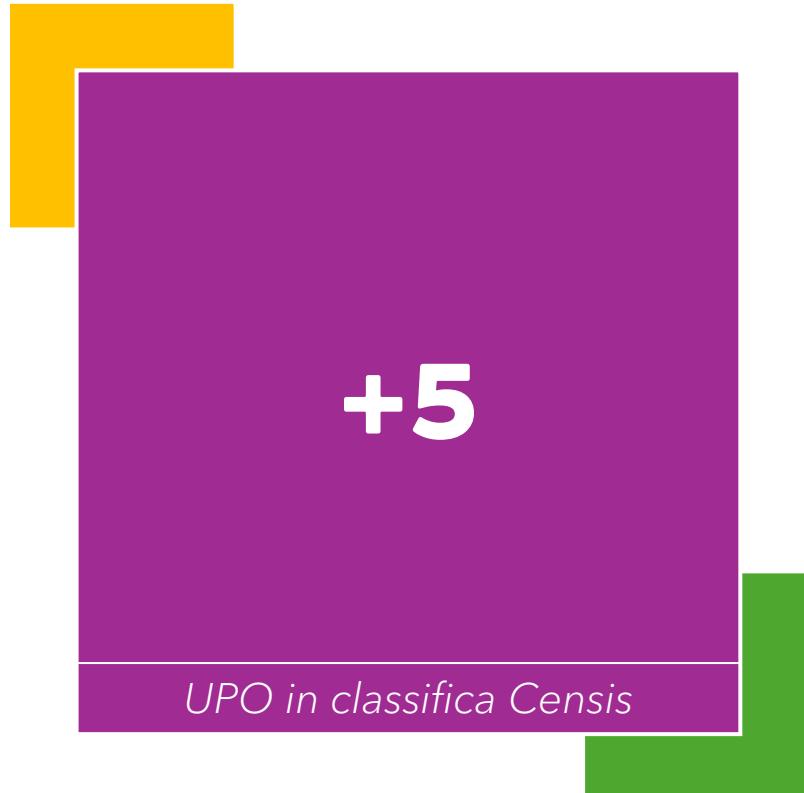


14K

Iscritti a UPO 2023/24

L'Università del Piemonte Orientale (Upo) cresce a ritmi sostenuti, con risultati positivi anche in termini di soddisfazione per la qualità dei servizi e dell'offerta didattica.

UN'ISTRUZIONE ECCELLENTE CHE MIGLIORA OGNI ANNO



Nella categoria degli atenei statali di dimensione media (tra 10.000 e 20.000 iscritti), guadagna nel 2024 cinque posizioni rispetto all'anno precedente, attestandosi al settimo posto con un punteggio di 87,8.

UN POTENZIALE DI ATTRAZIONE FORTEMENTE COMPETITIVO



Il prezzo di vendita si aggira intorno ai 935 euro al metro quadrato, secondo le stime di Immobiliare.it relative a settembre 2025. In confronto, a Torino l'affitto medio supera gli 11 euro/mq, e a Milano tocca punte di 30 (22 in media) euro/mq.

CONVIENE INVESTIRE SUGLI STUDENTI



Secondo uno studio del Politecnico di Milano, ogni euro investito in residenze studentesche può generare fino a due euro di ricadute economiche locali.

**UN NUOVO
TURISMO
BUSSA
ALLE PORTE**

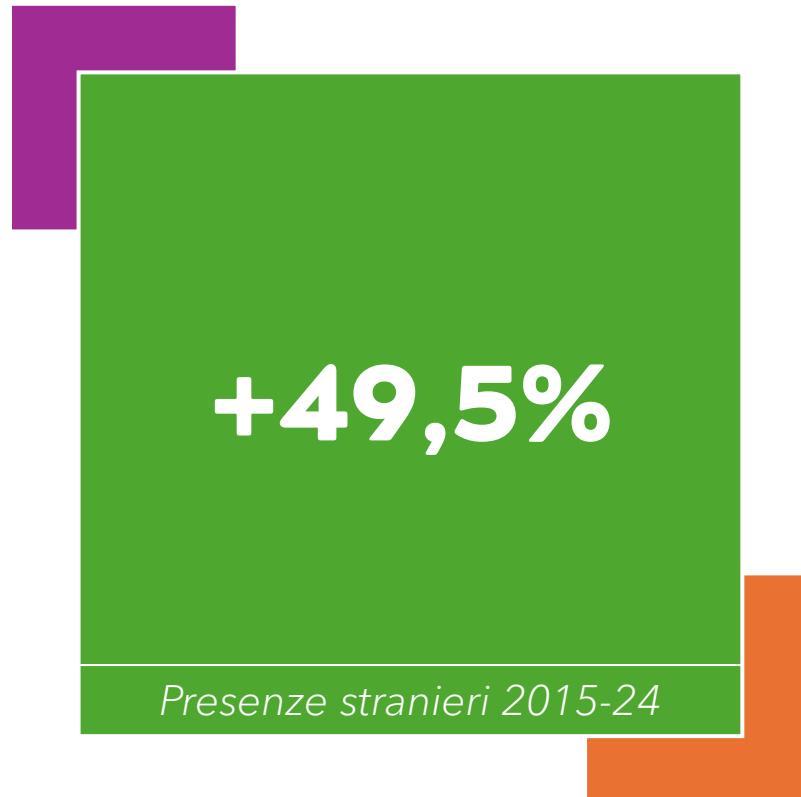


SETTORE TURISTICO DALLE BUONE PROSPETTIVE



I dati dell'Osservatorio Turistico provinciale 2024 segnano un incremento dei pernottamenti e una spesa media per singolo visitatore di oltre 280 euro.

MÉTA APPREZZATA ALL'ESTERO



Negli ultimi dieci anni la presenza nel territorio di turisti stranieri è incrementata di quasi il 50%, mentre il numero di italiani è rimasto stabile.

IL BOOM DELLE DUE RUOTE



Nel 2024, il cicloturismo ha generato circa 89 milioni di presenze, con un impatto economico diretto stimato in 9,8 miliardi di euro. Si tratta di oltre il 10% del totale delle presenze turistiche nazionali.

IL SUCCESSO GLOBALE DEL TURISMO LENTO E SOSTENIBILE



Il 73% dei viaggiatori globali dichiara di voler ridurre l'impatto ambientale dei propri soggiorni, e il 40% è disposto a spendere di più per alloggi che supportino la comunità locale.

Quasi 1,5 milioni di pernottamenti nel 2024 lungo i cammini italiani.



LONGEVITY: SALUTE, BISOGNI, AFFETTI



CITTADINI SEMPRE PIÙ VECCHI



Il rapporto tra anziani e giovani fino a 14 anni ha raggiunto quota 273,0; era al 267,5 nel 2022. La media piemontese è di 232,3. È una popolazione che invecchia più rapidamente della media nazionale.

AUMENTA L'ETÀ MEDIA, PIÙ CHE ALTROVE



I record di denatalità spingono l'invecchiamento della popolazione. L'età media è arrivata a sfiorare i 50 anni, più della media del Piemonte e del Paese.

UNA QUESTIONE (ANCHE) DI GENERE



Le donne anziane che vivono sole sono molto più numerose: 269mila unità, oltre il doppio degli uomini (114mila).

COHOUSING, UNA RISPOSTA?



L'autogestione degli spazi e la vita comunitaria favoriscono la socialità, riducono l'isolamento e stimolano la partecipazione attiva. Un'indagine su 12 comunità di senior cohousing italiane ha rilevato che il 65% dei partecipanti interagiva quotidianamente con altri membri, riducendo il rischio di isolamento sociale.

GRAZIE

Andrea Gianotti – Responsabile Centro Studi
Il Sole 24 ORE
andrea.gianotti@ilsole24ore.com





RESIDENZE STUDENTESCHE UNIVERSITARIE: LA SITUAZIONE ALESSANDRINA

PROF. GUIDO LINGUA

Direttore del Dipartimento di Scienze e Innovazione
Tecnologica dell'Università del Piemonte Orientale

In collaborazione con:



Si ringrazia:



TEATRO SOCIALE VALENZA



Media Partner:



Main sponsor:





Situazione edilizia universitaria UPO

POLO DI ALESSANDRIA	2019		2021		2023		2026-2028	
	AL01	BORSALINO	AL01	BORSALINO	AL01	BORSALINO	AL01	BORSALINO
	AL02	MFN LOTTO A - B - C	AL02	MFN LOTTO A - B - C	AL02	MFN LOTTO A - B - C	AL02	MFN LOTTO A - B - C
	AL02 bis	LAB SERRA MFN	AL02 bis	LAB SERRA MFN	AL02 bis	LAB SERRA MFN	AL02 bis	LAB SERRA MFN
	AL03	PIAZZA AMBROSOLI	AL04	VIA MONDOVI'	AL04	VIA MONDOVI'	AL04	VIA MONDOVI'
	AL04	VIA MONDOVI'	AL07	CORSO BORSALINO 42/44	AL07	CORSO BORSALINO 42/44	AL07	CORSO BORSALINO 42/44
	AL07	CORSO BORSALINO 42/44			AL08	AULE POLITICO	AL08	AULE POLITICO
	AL05	CASSINELLI			AL09	CAMPUS ALESSANDRIA	AL09	CAMPUS ALESSANDRIA

Numero posti	Aule informatiche	CORSO	LAB	MFN	VIA
		AULE POLITO	BORSALIN O	BORSALIN O 42/44	SERRA MFN
	Aule studio		95		115
	Aule didattiche	342	1307		936
	Laboratori ric.				99
	Laboratori did.				305

	Superficie totale spazi (m ²)
Novara	63.314
Alessandria	47.354
Vercelli	27.177

Sono considerati i metri quadri complessivi lordi (con muri, aree di passaggio e locali tecnici)

In collaborazione con:

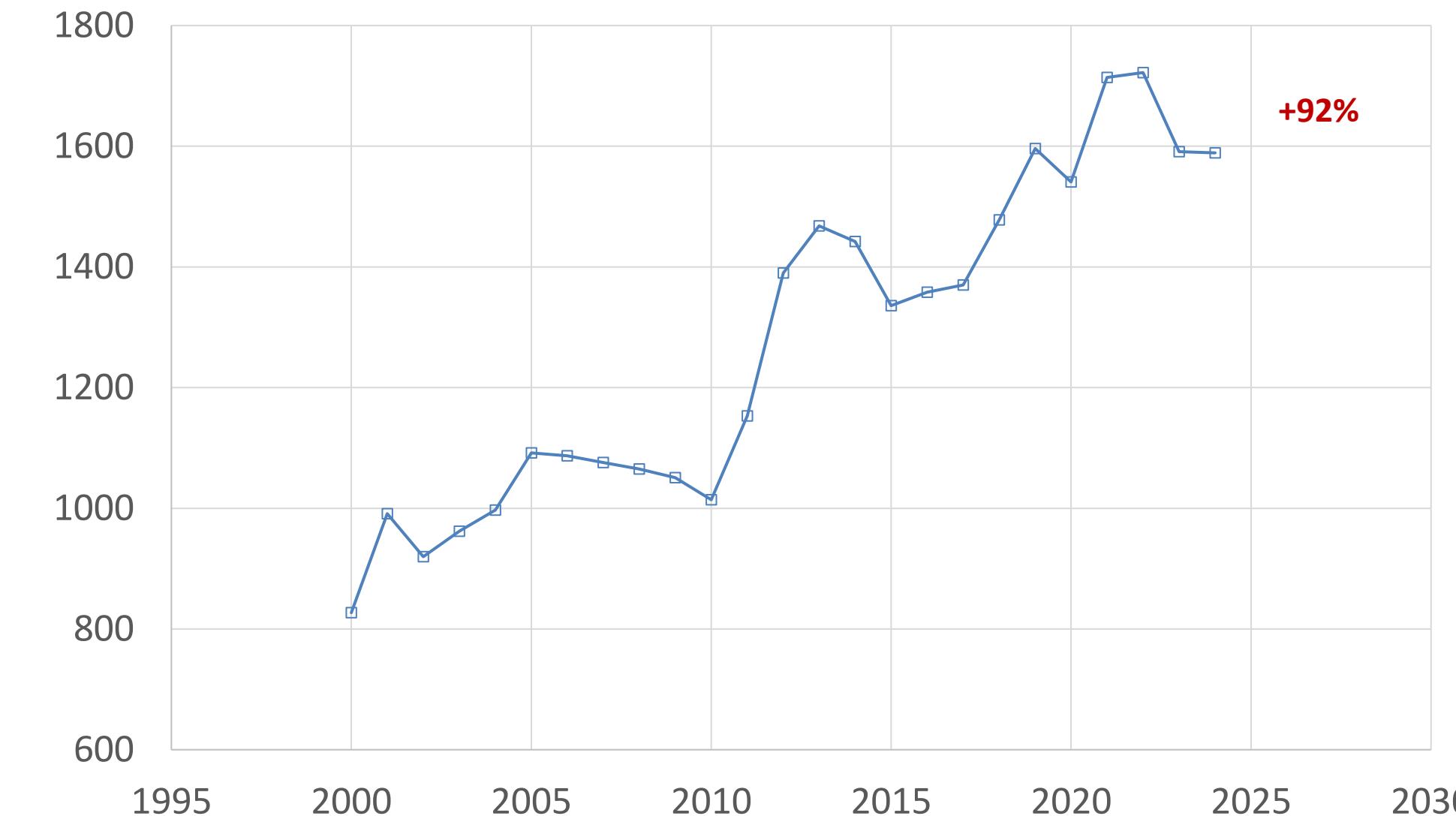
Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Iscritti DISIT (MFN) – Polo di Alessandria



In collaborazione con:

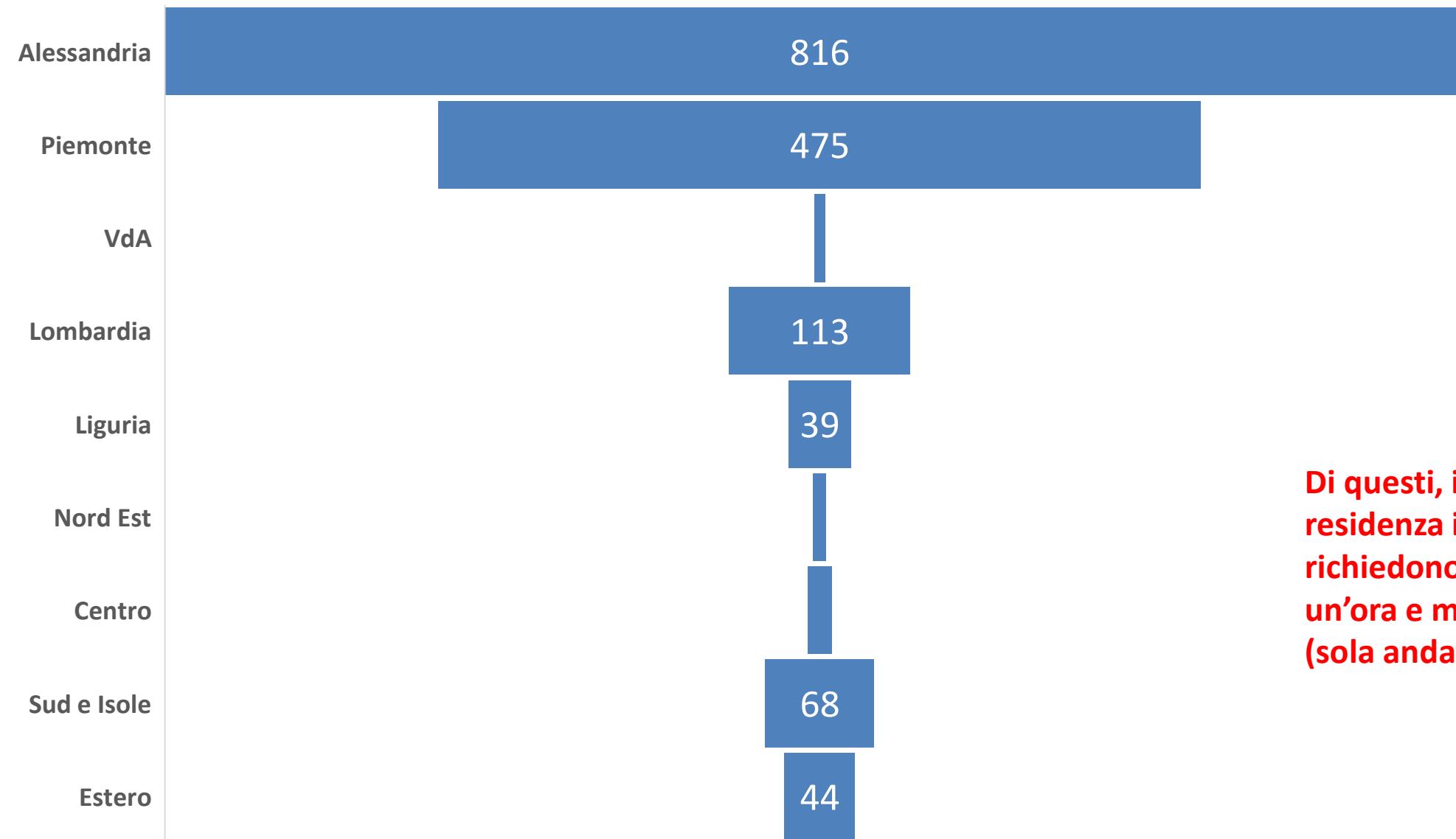
Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Provenienza geografica iscritti DISIT 2024 – Polo di Alessandria



Di questi, il 19% (298) ha residenza in località che richiedono almeno un'ora e mezza di treno (sola andata).

In collaborazione con:

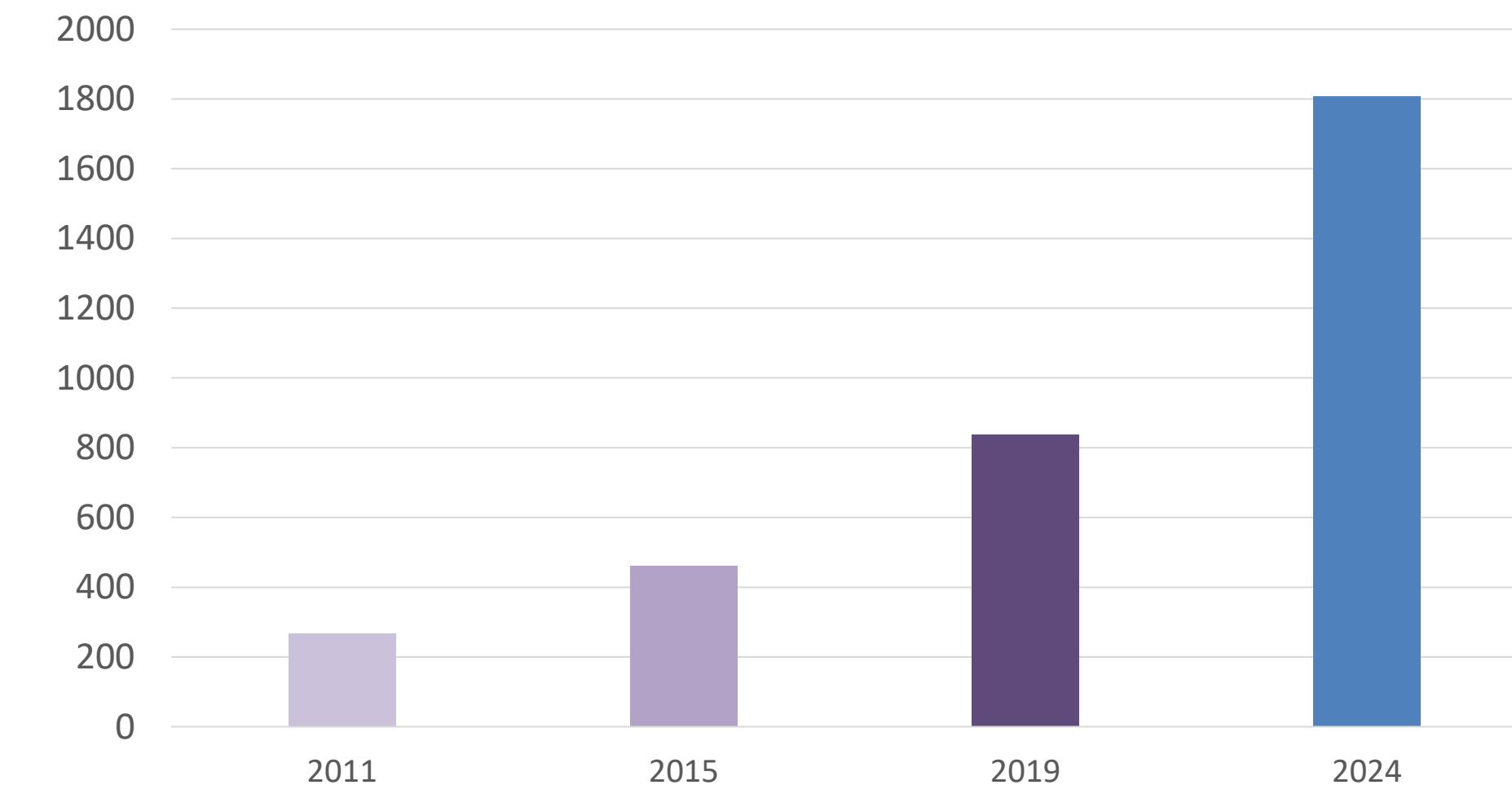
Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Polo di Alessandria: Tutti i Dipartimenti e Corsi di Studio UPO
Numero di iscritti fuori sede

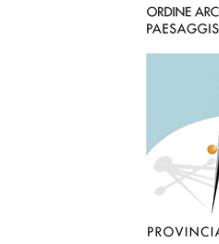


In collaborazione con:

Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Uno studio di IRES Piemonte del 2021 stima che la spesa per l'housing rappresenti il 36% del budget di uno studente fuori sede. Accanto alla qualità della formazione, la disponibilità di posti letto a costi accessibili rappresenta uno dei principali fattori decisionali degli studenti che decidono di spostarsi fuori sede.

In collaborazione con:



Si ringrazia:



Media Partner:

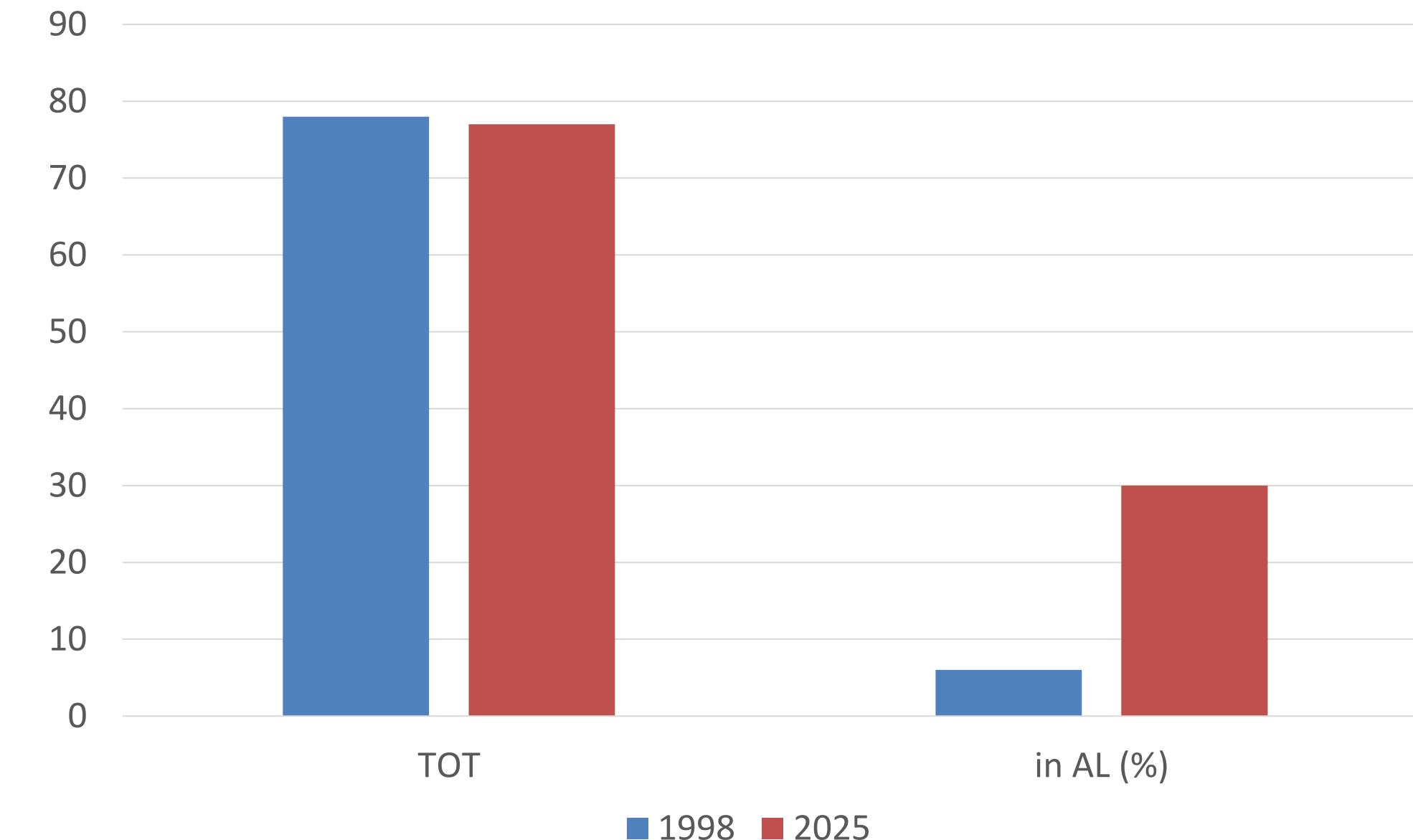


Main sponsor:





Docenti DISIT (MFN)



In collaborazione con:

Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Posti letto universitari ad Alessandria 2025

Casa Sappa	23
Santa Chiara	40

In collaborazione con:



Si ringrazia:



TEATRO SOCIALE VALENZA



Media Partner:



Main sponsor:





«In attuazione della Riforma 1.7, Missione 4, Componente 1 del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), è prevista la creazione di 60.000 posti letto per studenti universitari fuori sede entro il 30 giugno 2026. La riforma intende incoraggiare la realizzazione, da parte di soggetti pubblici e privati, di residenze universitarie, prevedendo la copertura di una parte dei costi di gestione per i primi tre anni di messa in esercizio delle strutture stesse.»
(<https://www.mur.gov.it/it/housing-universitario>)

Il bando prevede un finanziamento di 20.000 euro per ciascun posto letto.

Ad Alessandria sono in corso lavori che porteranno alla realizzazione di 390 posti letto su questo bando.

In aggiunta, si stima che i lavori presso il complesso dell'ex ospedale militare (San Francesco) possano portare altri 70 posti.

In collaborazione con:

Si ringrazia:

Media Partner:

Main sponsor:



Ringraziamenti

Arch. Claudio Tambornino
Dott.ssa Emanuela Rosetta
Dott. Emanuele Rava
Dott. Dario Vaiuso
Dott.ssa Nadia Villa

In collaborazione con:



Si ringrazia:



1861



Media Partner:



Main sponsor:





ANDAMENTO DEL TURISMO E DELL'OFFERTA RICETTIVA IN PROVINCIA

DOTT. CRISTINA BERGONZO

Responsabile dell'Osservatorio Turistico della Regione
Piemonte di VisitPiemonte

In collaborazione con:



Si ringrazia:



TEATRO SOCIALE VALENZA



Media Partner:



Main sponsor:





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Osservatorio Turistico della Provincia di Alessandria

Valenza, 30 ottobre 2025

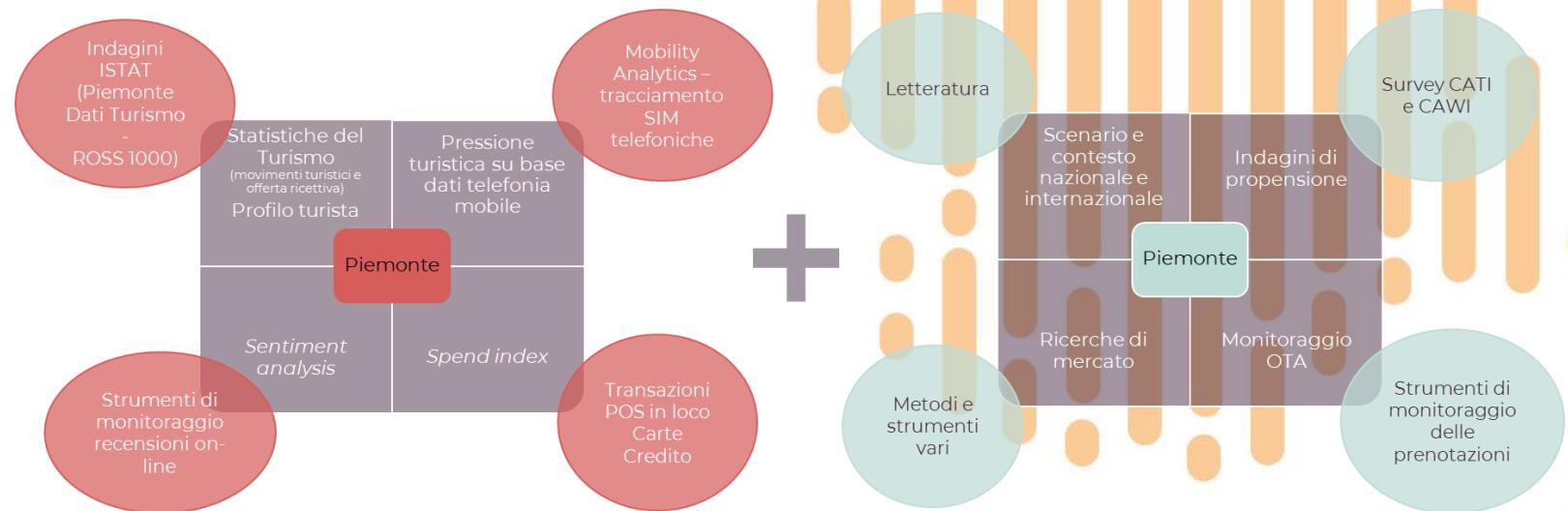




Osservatorio: partnership, obiettivi e descrizione cruscotto



Partnership fra **Alexala** e **Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** - Visit Piemonte.
L'obiettivo comune delle parti è quello di contribuire allo **sviluppo economico sociale dell'alessandrino** con particolare attenzione alla **filiera turistica**.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Offerta ricettiva

Provincia di Alessandria vs Piemonte





Ricettività: tipologie previste dalla normativa della Regione Piemonte

Strutture ricettive alberghiere

Alberghi
Residenze Turistico-Alberghiere
Alberghi Diffusi
Condhotel

Strutture ricettive extralberghiere

Bed & breakfast
Affittacamere e locande
Case e appartamenti per vacanze/residence
Case per ferie
Ostelli
Residenze di campagna/Country house
Soluzioni ricettive innovative
Alloggi vacanza

Locazioni a uso turistico

Strutture ricettive alpinistiche

Rifugi alpini
Rifugi escursionistici
Rifugi non gestiti
Bivacchi

Strutture ricettive rurali

Aziende agrituristiche
Ospitalità rurale familiare

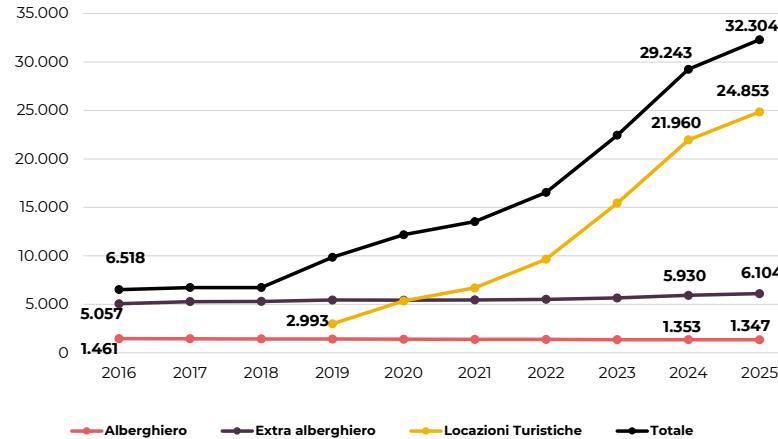
Complessi ricettivi all'aria aperta - Campeggi e Villaggi turistici

Campeggi
Villaggi turistici
Aree per il turismo itinerante
Garden sharing
Campeggi temporanei o mobili
Glamping

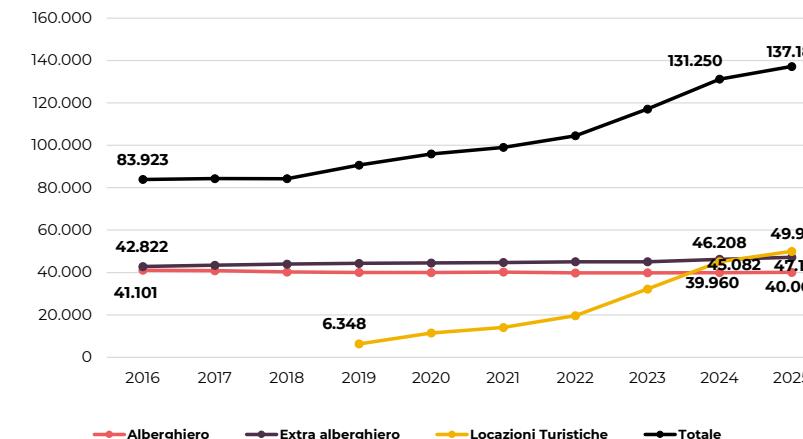


Offerta ricettiva: Piemonte (2016-2025*)

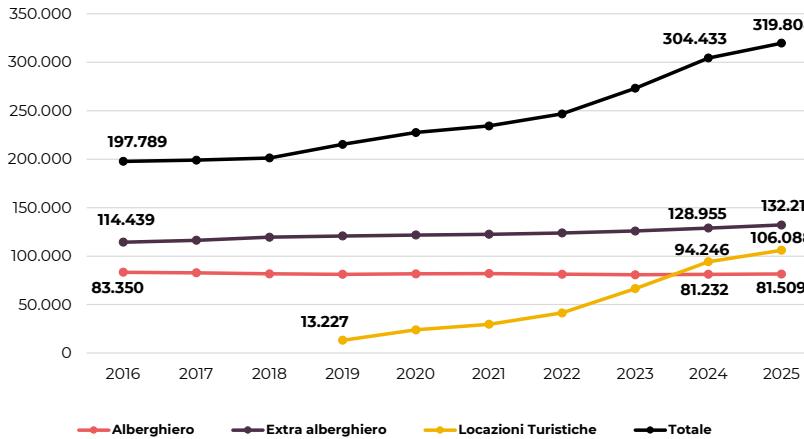
Andamento strutture ricettive Piemonte



Andamento camere Piemonte



Andamento posti letto Piemonte



Settore	Anno	2016	2024	2025	Var% 2025 vs 2016	Var% 2025 vs 2024
Alberghiero	Strutture	1.461	1.353	1.347	-7,8%	-0,4%
	Camere	41.101	39.960	40.060	-2,5%	0,3%
	Letti	83.350	81.232	81.509	-2,2%	0,3%
Extra alberghiero	Strutture	5.057	5.930	6.104	20,7%	2,9%
	Camere	42.822	46.208	47.153	10,1%	2,0%
	Letti	114.439	128.955	132.211	15,5%	2,5%
Totale Alb + Ext	Strutture	6.518	7.283	7.451	14,3%	2,3%
	Camere	83.923	86.168	87.213	3,9%	1,2%
	Letti	197.789	210.187	213.720	8,1%	1,7%
Locazioni Turistiche	Strutture		21.960	24.853		13,2%
	Camere		45.082	49.971		10,8%
	Letti		94.246	106.088		12,6%
Totale	Strutture	6.518	29.243	32.304	395,6%	10,5%
	Camere	83.923	131.250	137.184	63,5%	4,5%
	Letti	197.789	304.433	319.808	61,7%	5,1%

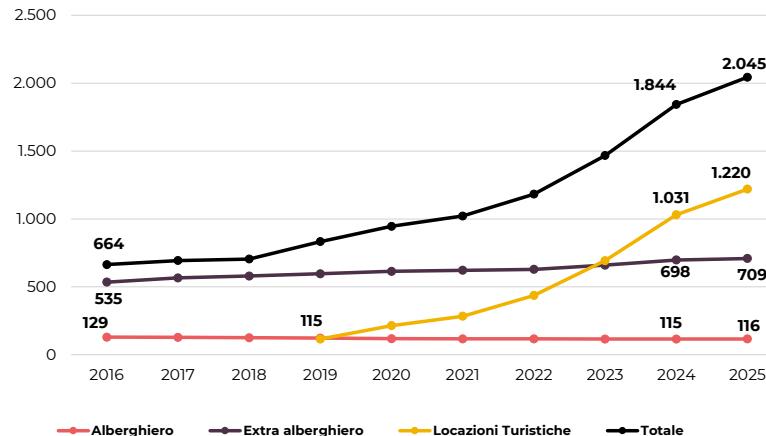
* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



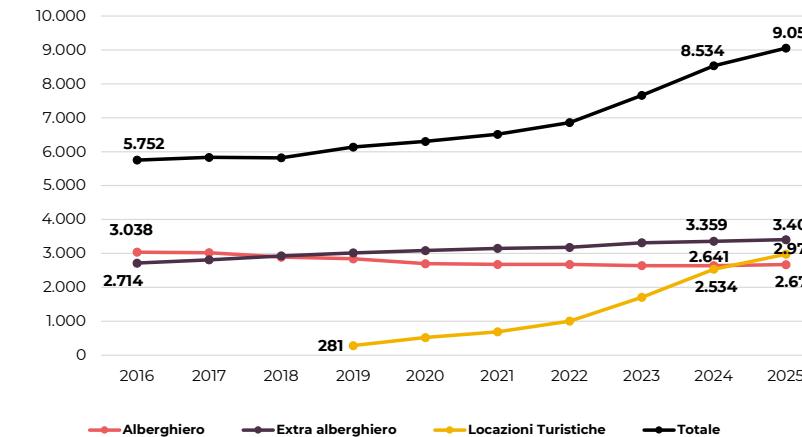
Offerta ricettiva: Provincia di Alessandria (2016-2025*)

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

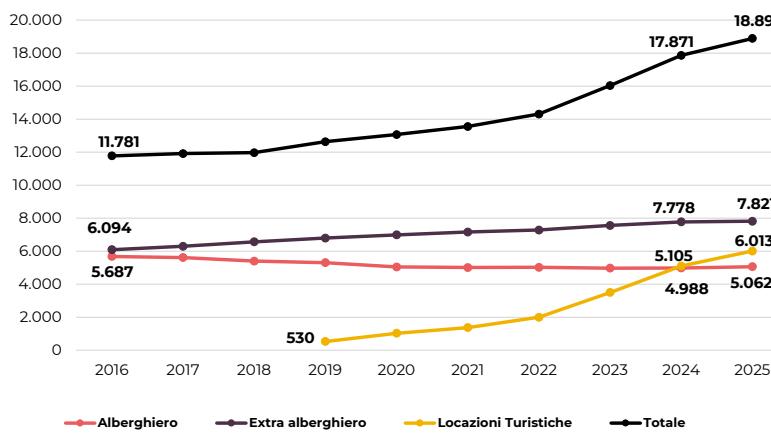
**Andamento strutture ricettive
Provincia di Alessandria**



**Andamento camere
Provincia di Alessandria**



**Andamento posti letto
Provincia di Alessandria**



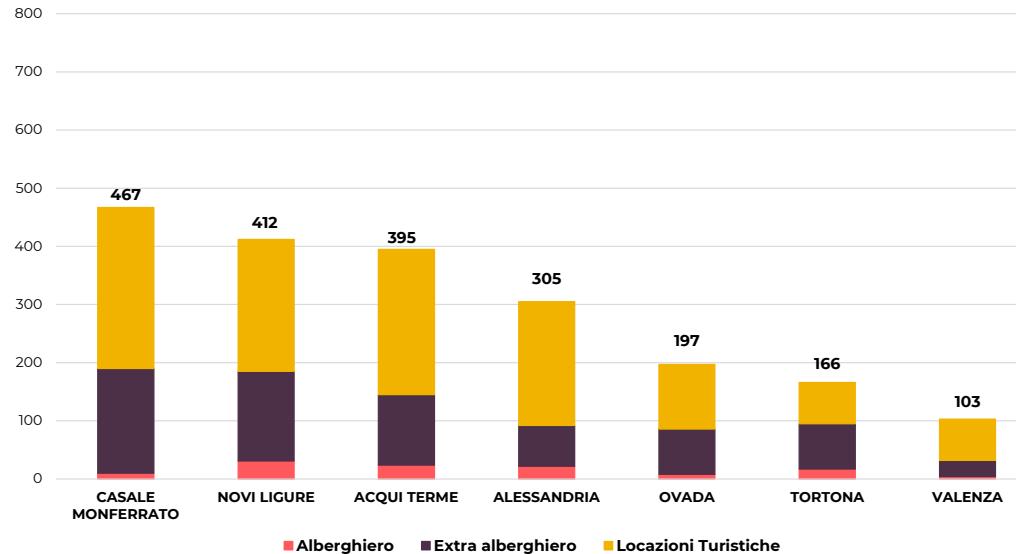
Settore	Anno	2016	2024	2025	Var% 2025 vs 2016	Var% 2025 vs 2024
Alberghiero	Strutture	129	115	116	-10,1%	0,9%
	Camere	3.038	2.641	2.671	-12,1%	1,1%
	Letti	5.687	4.988	5.062	-11,0%	1,5%
Extra alberghiero	Strutture	535	698	709	32,5%	1,6%
	Camere	2.714	3.359	3.407	25,5%	1,4%
	Letti	6.094	7.778	7.821	28,3%	0,6%
Totale Alb + Ext	Strutture	664	813	825	24,2%	1,5%
	Camere	5.752	6.000	6.078	5,7%	1,3%
	Letti	11.781	12.766	12.883	9,4%	0,9%
Locazioni Turistiche	Strutture		1.031	1.220		18,3%
	Camere		2.534	2.976		17,4%
	Letti		5.105	6.013		17,8%
Totale	Strutture	664	1.844	2.045	208,0%	10,9%
	Camere	5.752	8.534	9.054	57,4%	6,1%
	Letti	11.781	17.871	18.896	60,4%	5,7%

* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.

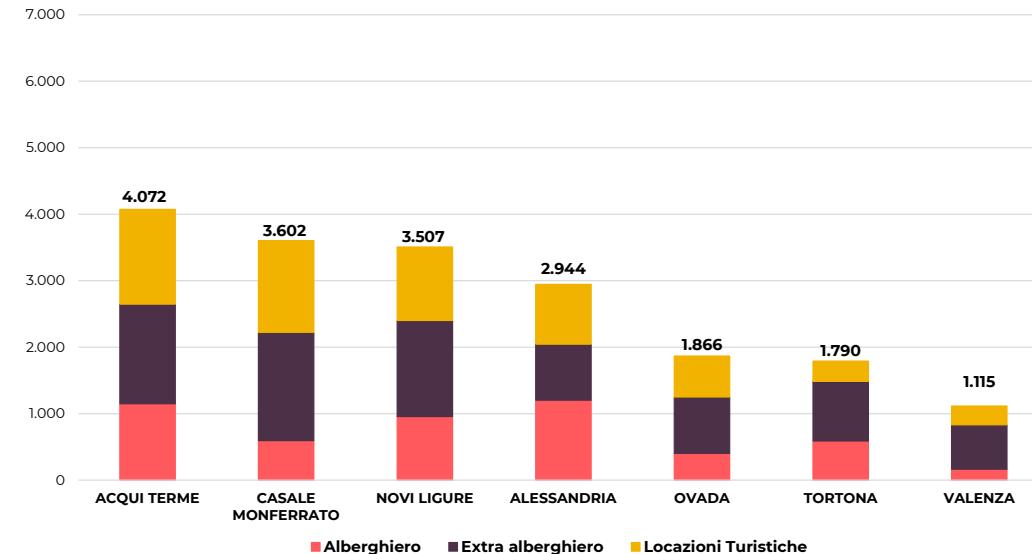


Offerta ricettiva: strutture e posti letto Segmentazione Provincia di Alessandria (2025*)

**Strutture Ricettive
Sottosegmenti Provincia di Alessandria - 2025**



**Posti letto
Sottosegmenti Provincia di Alessandria - 2025**



* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



Tipologia ricettiva: strutture, camere e posti letto Provincia di Alessandria vs Piemonte (2025*)

Qualifica	Anno 2025									
	Pv Alessandria			Piemonte			Pv Alessandria vs Piemonte			
	Strutture	Camere	Letti	Strutture	Camere	Letti	Strutture	Camere	Letti	
Albergo	115	2.656	5.037	1.262	36.741	74.351	9,1%	7,2%	6,8%	
Residenza Turistico Alberghiera (R.T.A.)	1	15	25	85	3.319	7.158	1,2%	0,5%	0,3%	
Ostello	18	146	468	86	768	2.602	20,9%	19,0%	18,0%	
Campeggio	8	390	1.053	194	14.893	49.313	4,1%	2,6%	2,1%	
Garden Sharing	1	5	10	3	9	30	33,3%	55,6%	33,3%	
Villaggio turistico				15	1.864	7.010	-	-	-	
Agriturismo	218	1.173	2.599	1.114	5.705	13.459	19,6%	20,6%	19,3%	
CAV - Residence	46	275	626	852	5.282	14.541	5,4%	5,2%	4,3%	
Casa per ferie	10	241	508	266	7.627	15.183	3,8%	3,2%	3,3%	
Bed & Breakfast	265	640	1.343	1.772	4.215	8.827	15,0%	15,2%	15,2%	
Country house	13	72	183	103	506	1.201	12,6%	14,2%	15,2%	
Affittacamere	115	406	845	1.267	4.604	9.653	9,1%	8,8%	8,8%	
Alloggio Vacanze	9	33	76	83	310	815	10,8%	10,6%	9,3%	
Strutture ricettive innovative				13	61	128	-	-	-	
Rifugi	6	26	110	336	1.309	9.449	1,8%	2,0%	1,2%	
Locazioni Turistiche	1.220	2.976	6.013	24.853	49.971	106.088	4,9%	6,0%	5,7%	
Totale	2.045	9.054	18.896	32.304	137.184	319.808	6,3%	6,6%	5,9%	

* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Offerta ricettiva – Alberghi

Arearie territoriali della Provincia di Alessandria

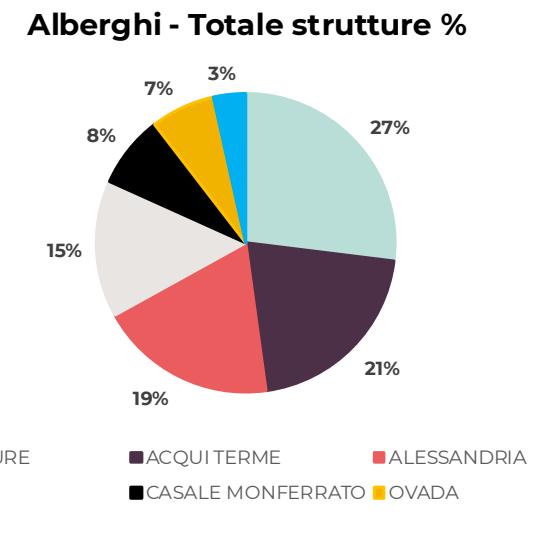
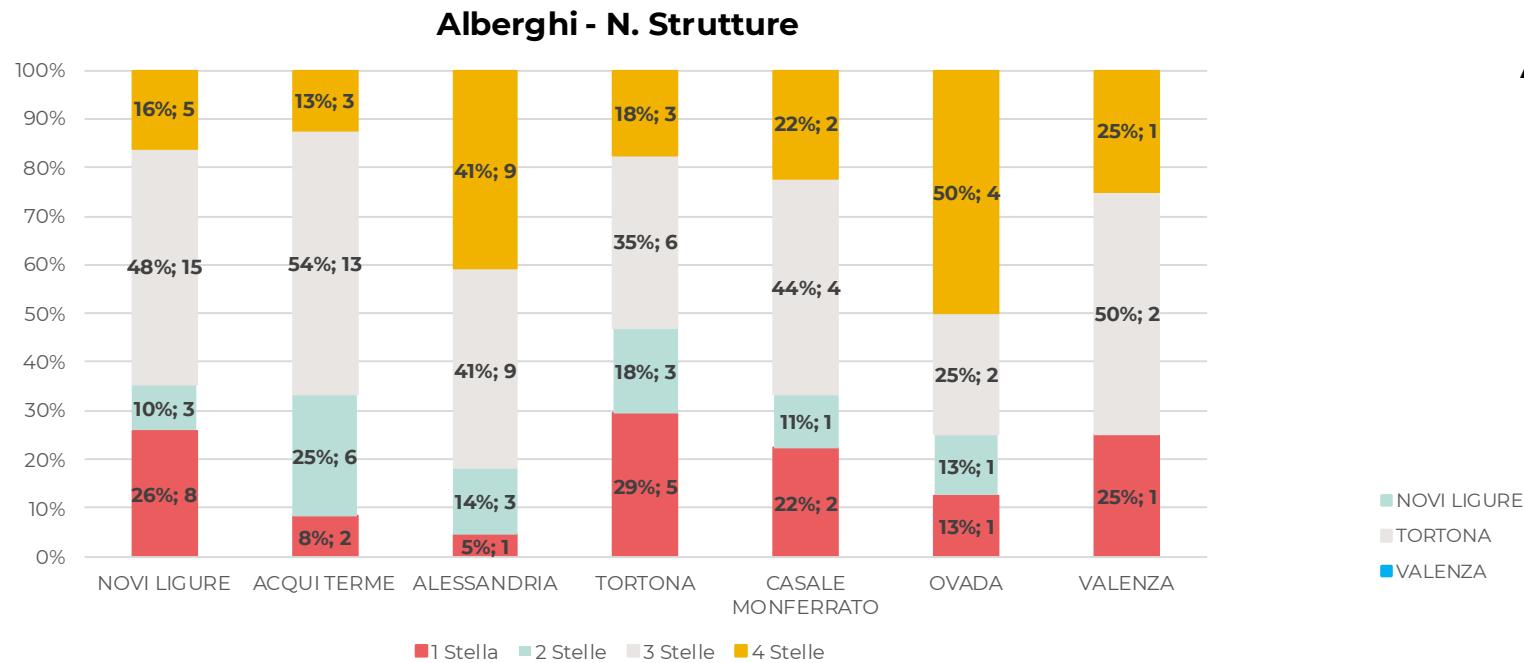




Offerta ricettiva: Aree della Provincia di Alessandria

Alberghi – Numero strutture (2025*)

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



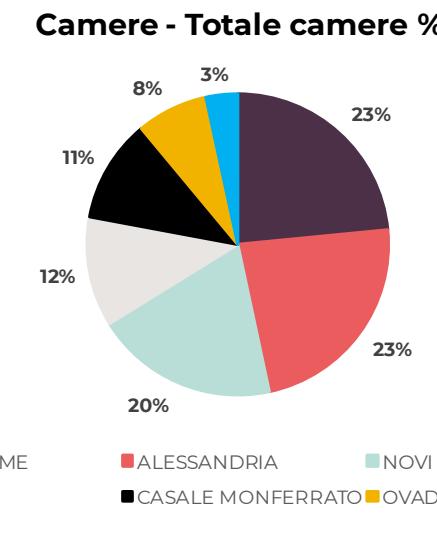
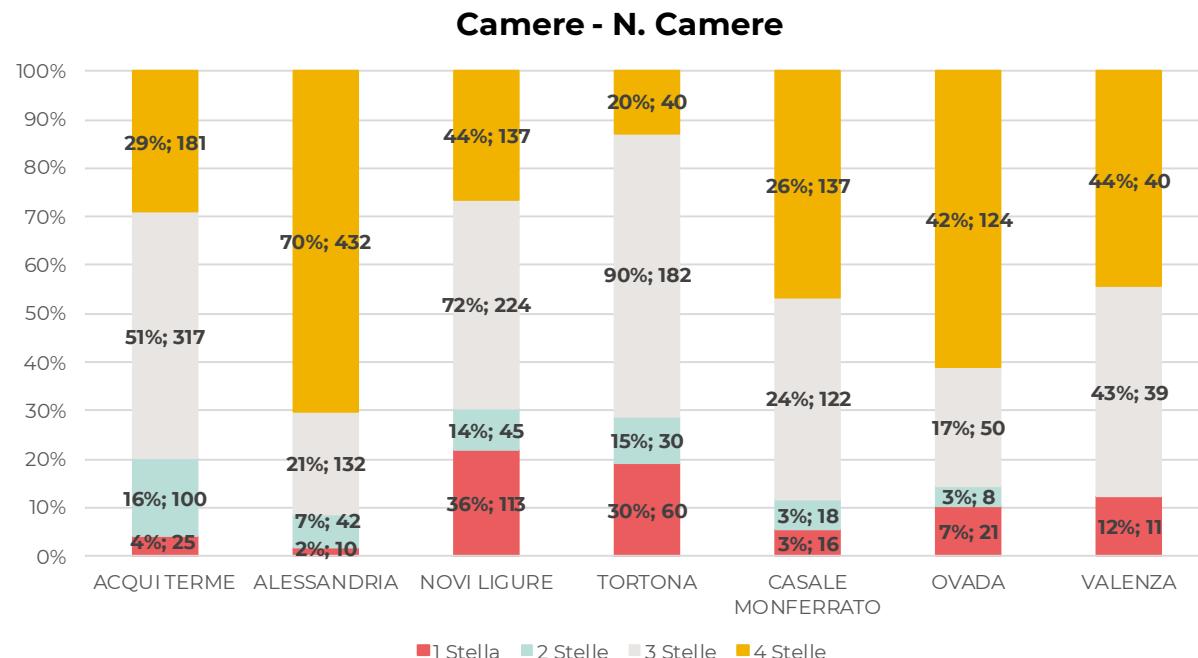
* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



Offerta ricettiva: Aree della Provincia di Alessandria

Alberghi – Numero camere (2025*)

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

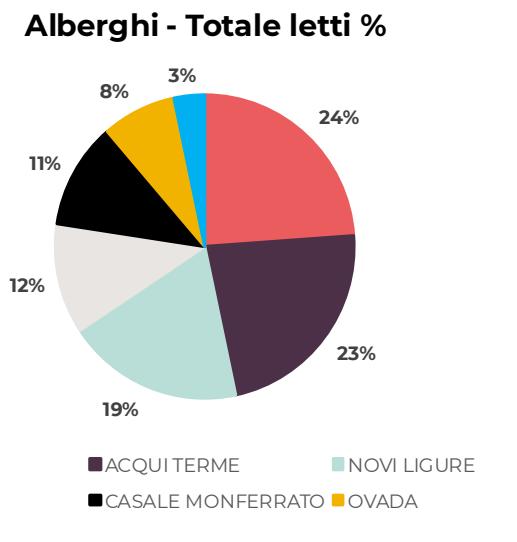
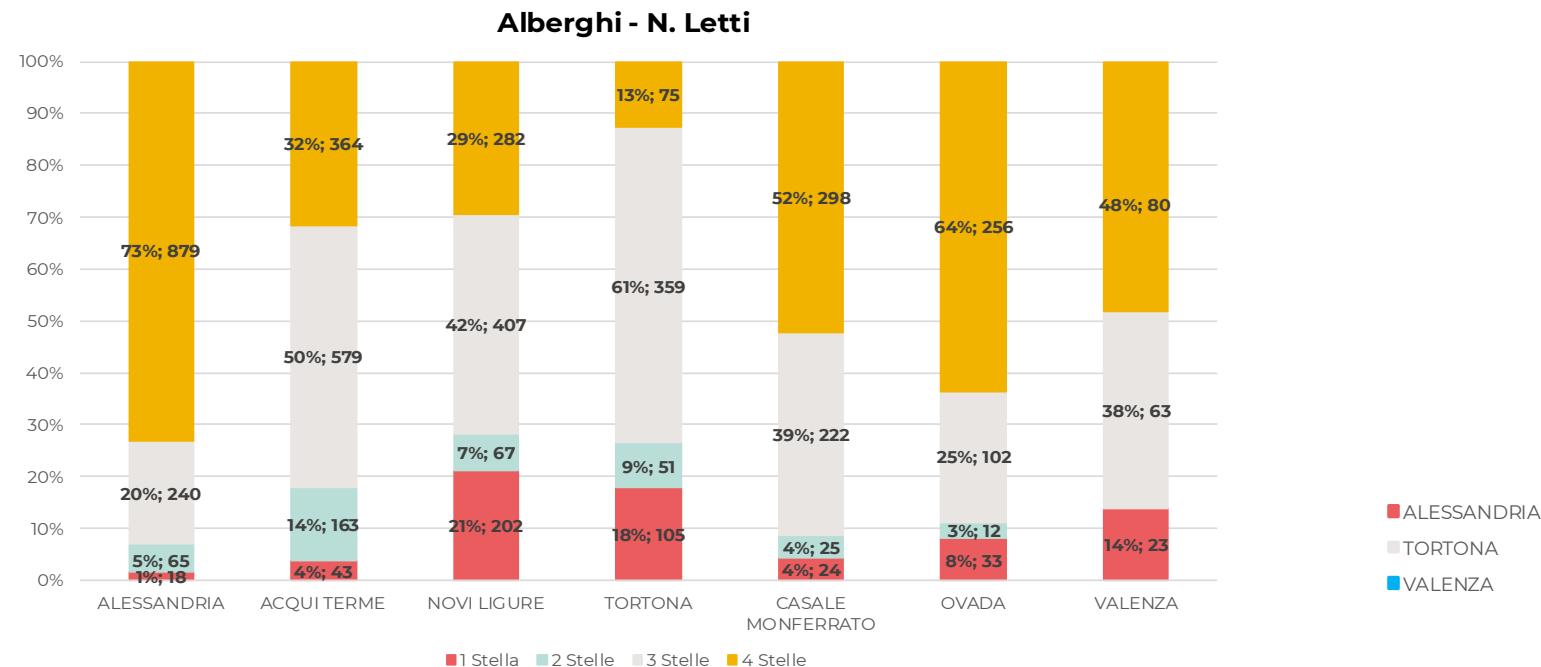


* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



Offerta ricettiva: Aree della Provincia di Alessandria Alberghi – Numero letti (2025*)

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



* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



Offerta ricettiva: Aree della Provincia di Alessandria Alberghi (2025*)

	Segmentazione Pv Alessandria	1 Stella	2 Stelle	3 Stelle	4 Stelle	totale
Alberghi	ACQUI TERME	2	6	13	3	24
	ALESSANDRIA	1	3	9	9	22
	CASALE MONFERRATO	2	1	4	2	9
	NOVI LIGURE	8	3	15	5	31
	OVADA	1	1	2	4	8
	TORTONA	5	3	6	3	17
	VALENZA	1		2	1	4
	Totale	20	17	51	27	115
Camere in Alberghi	ACQUI TERME	25	100	317	181	623
	ALESSANDRIA	10	42	132	432	616
	CASALE MONFERRATO	16	18	122	137	293
	NOVI LIGURE	113	45	224	137	519
	OVADA	21	8	50	124	203
	TORTONA	60	30	182	40	312
	VALENZA	11		39	40	90
	Totale	256	243	1.066	1.091	2.656
Letti in Alberghi	ACQUI TERME	43	163	579	364	1.149
	ALESSANDRIA	18	65	240	879	1.202
	CASALE MONFERRATO	24	25	222	298	569
	NOVI LIGURE	202	67	407	282	958
	OVADA	33	12	102	256	403
	TORTONA	105	51	359	75	590
	VALENZA	23		63	80	166
	Totale	448	383	1.972	2.234	5.037

	Segmentazione Pv AL	1 Stella	2 Stelle	3 Stelle	4 Stelle	totale
Dimensione (camere/alberghi)	ACQUI TERME	12,5	16,7	24,4	60,3	26,0
	ALESSANDRIA	10,0	14,0	14,7	48,0	28,0
	CASALE MONFERRATO	8,0	18,0	30,5	68,5	32,6
	NOVI LIGURE	14,1	15,0	14,9	27,4	16,7
	OVADA	21,0	8,0	25,0	31,0	25,4
	TORTONA	12,0	10,0	30,3	13,3	18,4
	VALENZA	11,0		19,5	40,0	22,5
	Totale	12,8	14,3	20,9	40,4	23,1

* I dati del 2025 sono provvisori aggiornati al 16/10/2025.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Movimenti Turistici

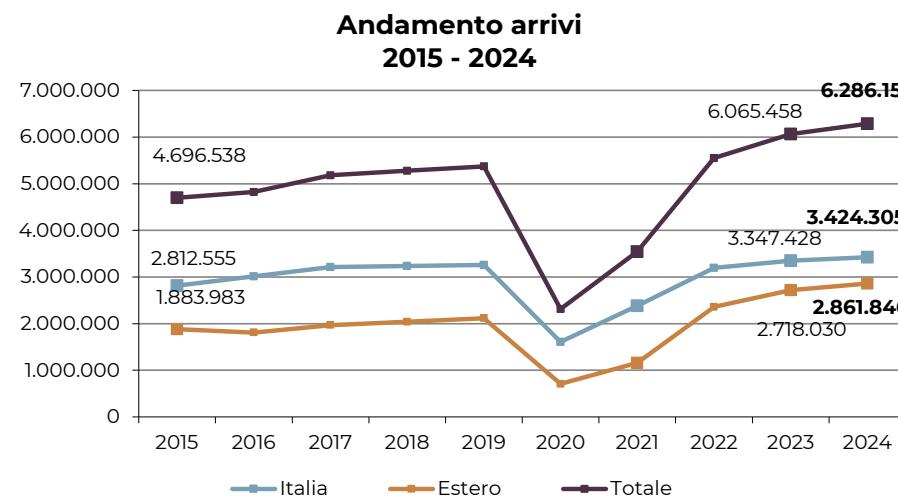
Provincia di Alessandria vs Piemonte



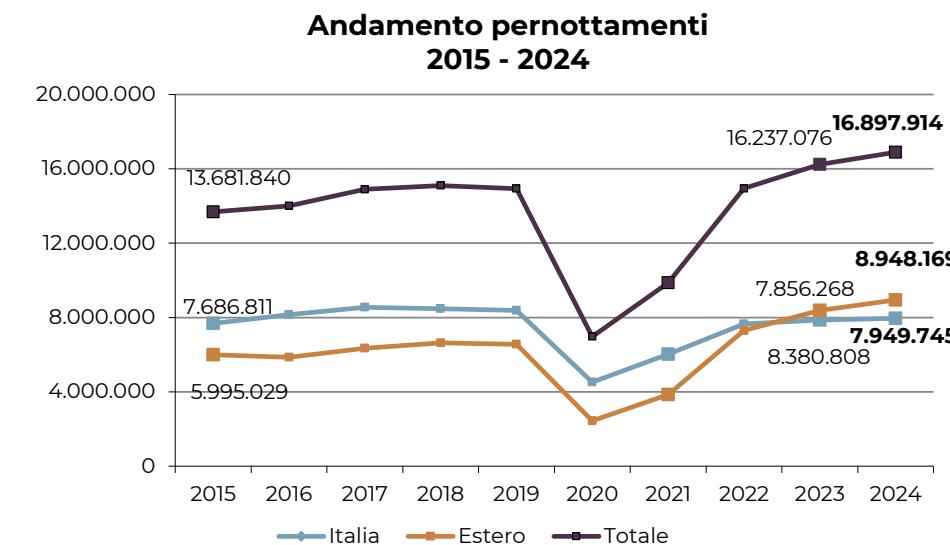


Arrivi – Presenze (Italia-Estero): Piemonte (2015-2024)

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



2024 vs 2015: +33,85%
2024 vs 2019: +17,01%
2024 vs 2023: +3,64%



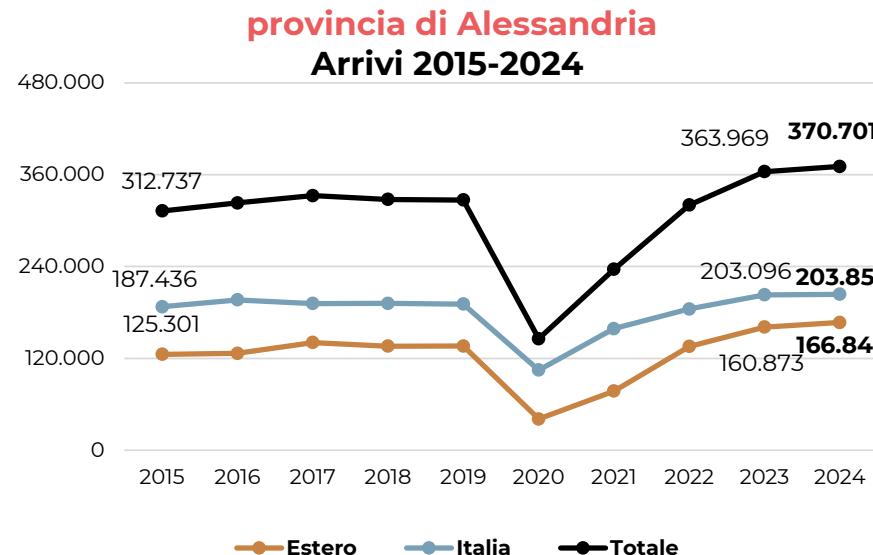
2024 vs 2015: +23,51%
2024 vs 2019: +13,16%
2024 vs 2023: +4,07%

Provenienza	2024 vs 2023	2024 vs 2019
Italia	2,30%	5,14%
Estero	5,29%	35,30%

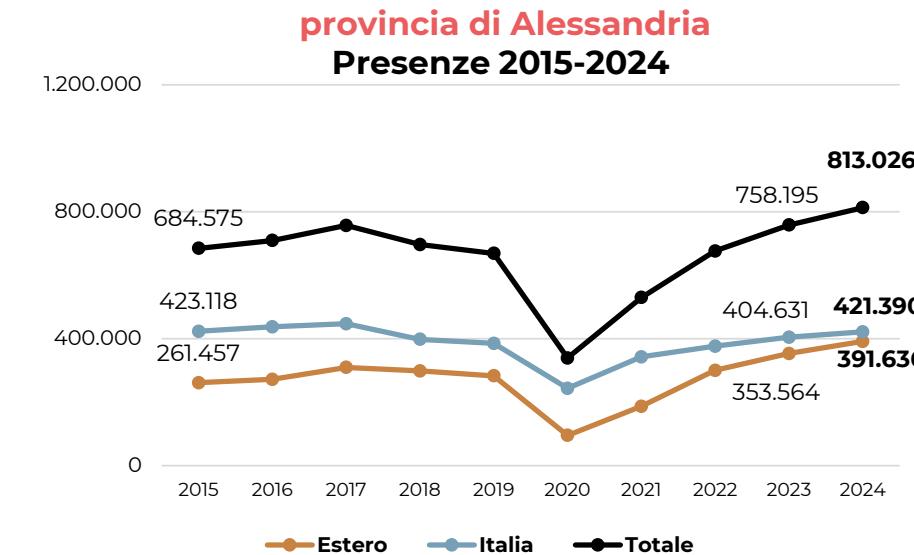
Provenienza	2024 vs 2023	2024 vs 2019
Italia	1,19%	-5,06%
Estero	6,77%	36,43%

Arrivi – Presenze (Italia-Estero): Provincia di Alessandria (2015-2024)

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



Arrivi			
Anno	Estero	Italia	Totale
2015	125.301	187.436	312.737
2023	160.873	203.096	363.969
2024	166.849	203.852	370.701
24 vs 15	33,2%	8,8%	18,5%
24 vs 23	3,7%	0,4%	1,8%

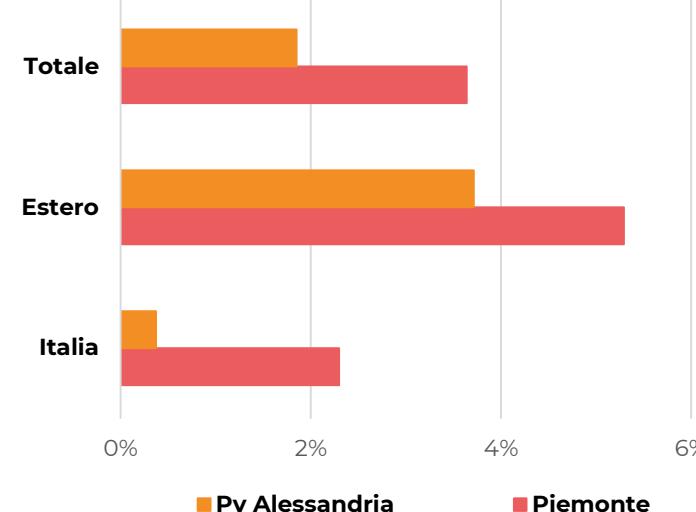


Presenze			
Anno	Estero	Italia	Totale
2015	261.457	423.118	684.575
2023	353.564	404.631	758.195
2024	391.636	421.390	813.026
24 vs 15	49,8%	-0,4%	18,8%
24 vs 23	10,8%	4,1%	7,2%

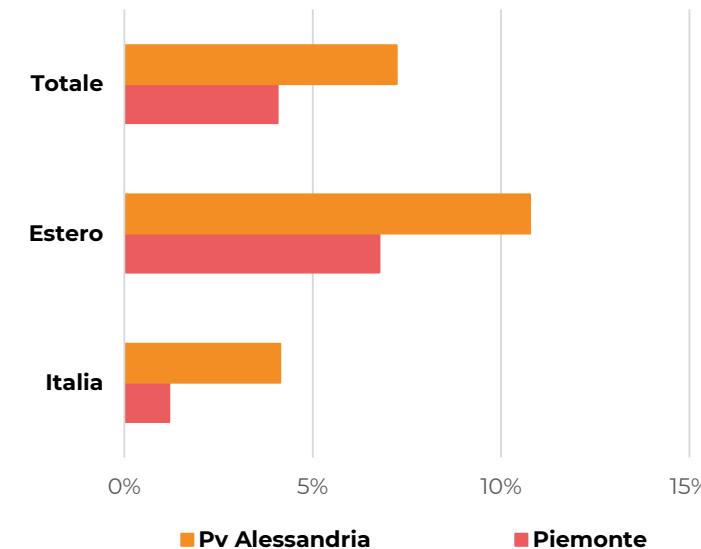


Arrivi – Presenze (Italia-Ester) Provincia di Alessandria vs Piemonte (2024 vs 2023)

Provincia di Alessandria vs Piemonte
Variazione % 2024 vs 2023
Arrivi



Provincia di Alessandria vs Piemonte
Variazione % 2024 vs 2023
Presenze



Rispetto al **2023**, i **flussi turistici** della **Provincia di Alessandria aumentano** dell'**1,8%** negli **arrivi** e del **7,2%** nelle **presenze**; il **Piemonte cresce** del **3,6%** negli **arrivi** e del **4,1%** nei **pernottamenti**.

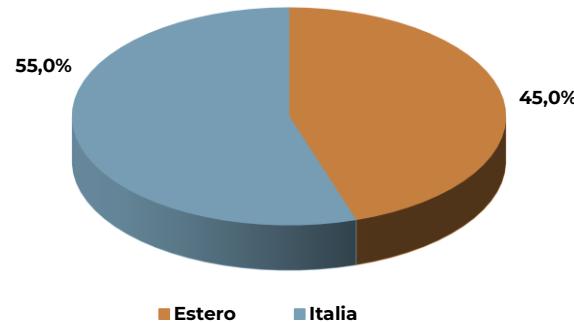
La quota di **pernottamenti** dall'**estero** sul territorio della **Provincia di Alessandria** risulta pari al **48,2%**, mentre per il **Piemonte** il livello di internazionalizzazione è pari al **53%**.



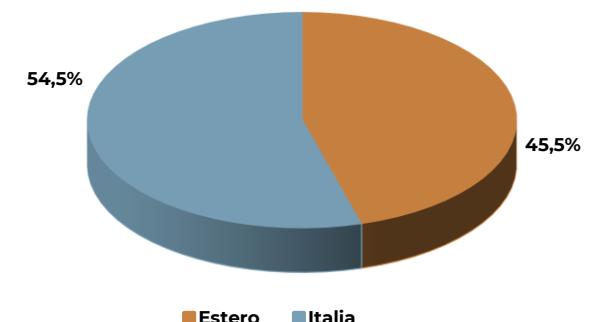
Quote Arrivi – Presenze (Italia-Estero) Provincia di Alessandria vs Piemonte (2024 vs 2023)

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

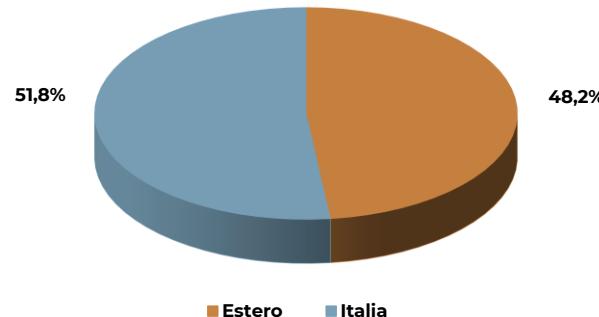
Provincia di Alessandria - Arrivi



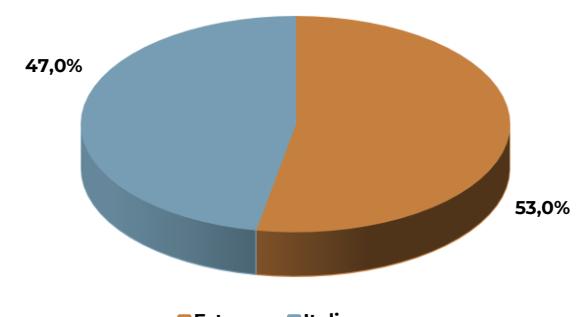
Regione Piemonte - Arrivi



Provincia di Alessandria - Presenze



Regione Piemonte - Presenze



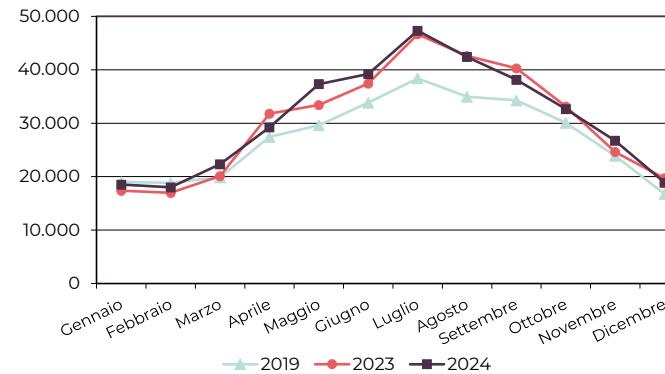
Anno 2024				
Territorio	Provincia di Alessandria		Regione Piemonte	
Provenienza Italia Estero	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Estero	45,0%	48,2%	45,5%	53,0%
Italia	55,0%	51,8%	54,5%	47,0%

Arrivi - Presenze Mensili: Provincia di Alessandria (2019 - 2023 - 2024)

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



Andamento mensile degli ARRIVI



Andamento mensile delle PRESENZE



Andamento mensile ARRIVI turistici negli esercizi ricettivi

Anno	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	TOTALE					
2019	19.002	18.847	19.874	27.448	29.618	33.848	38.398	34.952	34.277	30.073	23.902	16.760	326.999					
2023	17.364	16.974	20.109	31.775	33.400	37.414	46.657	42.575	40.278	33.132	24.604	19.687	363.969					
2024	18.521	18.001	22.333	29.234	37.312	39.196	47.301	42.404	38.132	32.662	26.726	18.879	370.701					
Differenza 24vs19	-	481	-	846	2.459	1.786	7.694	5.348	8.903	7.452	3.855	2.589	2.824	2.119	43.702			
Differenza [%] 24vs19	-2,53%	-4,49%	12,37%	6,51%	25,98%	15,80%	23,19%	21,32%	11,25%	8,61%	11,81%	12,64%	13,36%					
Differenza 24vs23	1.157	1.027	2.224	-	2.541	3.912	1.782	644	-	171	-	2.146	-	470	2.122	-	808	6.732
Differenza [%] 24vs23	6,66%	6,05%	11,06%	-8,00%	11,71%	4,76%	1,38%	-0,40%	-5,33%	-1,42%	8,62%	-4,10%	1,85%					

Andamento mensile PRESENZE turistiche negli esercizi ricettivi

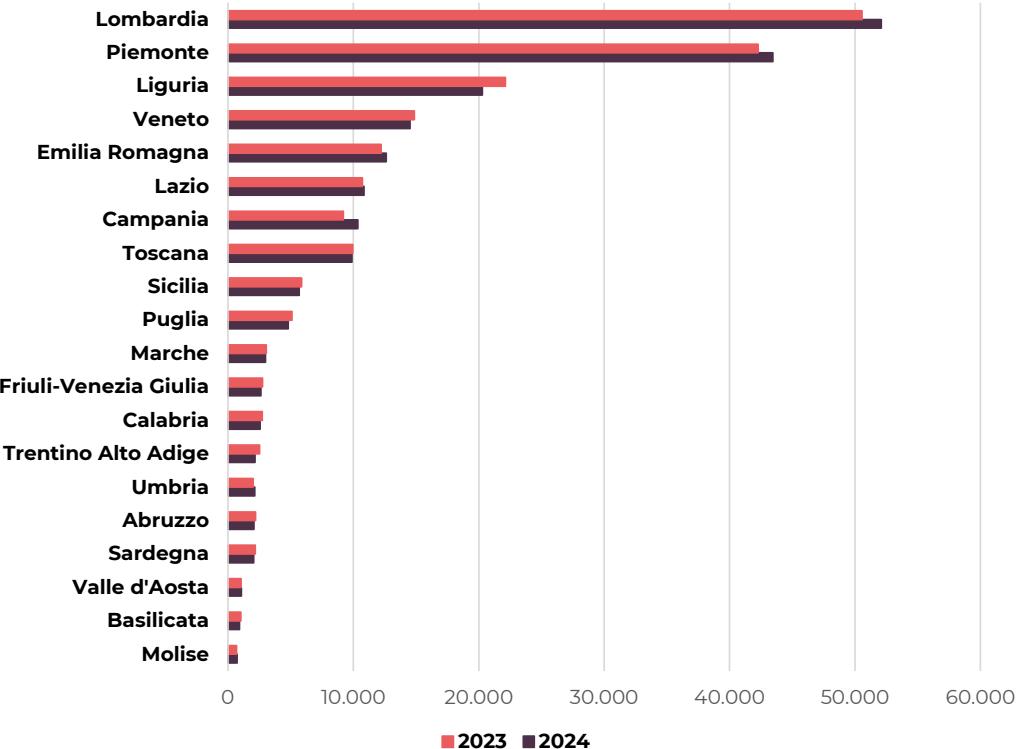
Anno	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	TOTALE	
2019	36.738	37.782	39.641	47.004	53.339	69.135	88.650	83.961	71.073	58.015	47.295	36.013	668.646	
2023	34.940	33.852	41.927	60.532	66.568	75.919	106.897	104.072	79.589	66.271	47.807	39.821	758.195	
2024	39.084	38.680	48.646	60.891	78.097	81.681	114.384	105.120	77.105	68.996	56.322	44.020	813.026	
Differenza 24vs19	2.346	898	9.005	13.887	24.758	12.546	25.734	21.159	6.032	10.981	9.027	8.007	144.380	
Differenza [%] 24vs19	6,39%	2,38%	22,72%	29,54%	46,42%	18,15%	29,03%	25,20%	8,49%	18,93%	19,09%	22,23%	21,59%	
Differenza 24vs23	4.144	4.828	6.719	359	11.529	5.762	7.487	1.048	-	2.484	2.725	8.515	4.199	54.831
Differenza [%] 24vs23	11,86%	14,26%	16,03%	0,59%	17,32%	7,59%	7,00%	1,01%	-3,12%	4,11%	17,81%	10,54%	7,23%	

Arrivi (Regioni Italia): Provincia di Alessandria (2024 vs 2023)

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

Provincia di Alessandria - Arrivi - 2024 vs 2023			
Regioni	2023	2024	24 vs 23
Lombardia	50.561	52.094	3,0%
Piemonte	42.282	43.443	2,7%
Liguria	22.128	20.284	-8,3%
Veneto	14.858	14.520	-2,3%
Emilia Romagna	12.216	12.622	3,3%
Lazio	10.720	10.851	1,2%
Campania	9.210	10.359	12,5%
Toscana	9.953	9.880	-0,7%
Sicilia	5.879	5.685	-3,3%
Puglia	5.103	4.804	-5,9%
Marche	3.048	2.989	-1,9%
Friuli-Venezia Giulia	2.758	2.626	-4,8%
Calabria	2.743	2.572	-6,2%
Trentino Alto Adige	2.517	2.160	-14,2%
Umbria	1.997	2.130	6,7%
Abruzzo	2.196	2.069	-5,8%
Sardegna	2.181	2.051	-6,0%
Valle d'Aosta	1.043	1.071	2,7%
Basilicata	1.030	920	-10,7%
Molise	673	722	7,3%
Italia	203.096	203.852	0,4%

Provincia di Alessandria - Regioni Italia
Arrivi 2023-2024

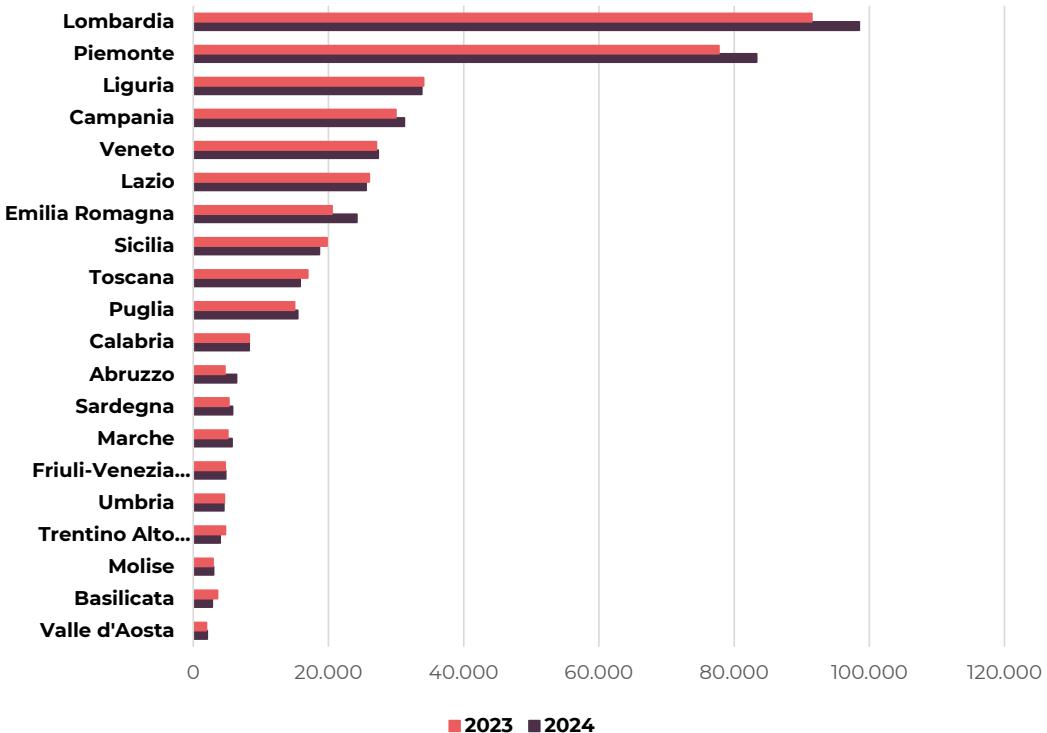




Presenze (Regioni Italia): Provincia di Alessandria (2024 vs 2023)

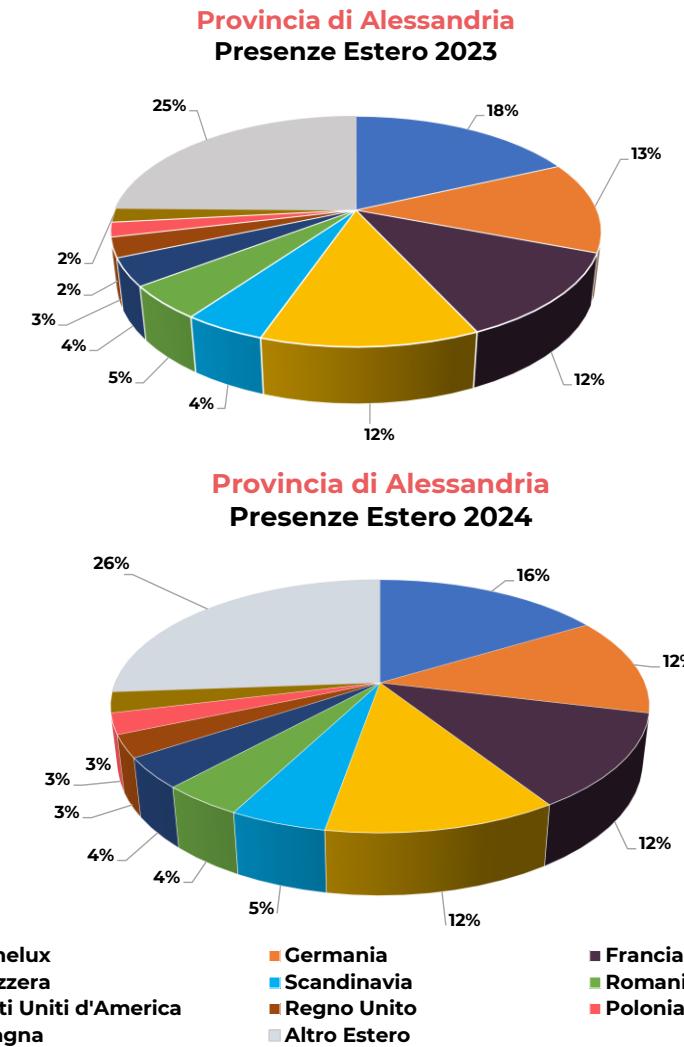
Provincia di Alessandria - Presenze - 2024 vs 2023			
Regioni	2023	2024	24 vs 23
Lombardia	91.492	98.511	7,7%
Piemonte	77.744	83.330	7,2%
Liguria	34.085	33.784	-0,9%
Campania	29.963	31.226	4,2%
Veneto	27.083	27.370	1,1%
Lazio	26.047	25.569	-1,8%
Emilia Romagna	20.534	24.206	17,9%
Sicilia	19.791	18.659	-5,7%
Toscana	16.934	15.805	-6,7%
Puglia	15.007	15.460	3,0%
Calabria	8.274	8.294	0,2%
Abruzzo	4.701	6.406	36,3%
Sardegna	5.282	5.833	10,4%
Marche	5.130	5.722	11,5%
Friuli-Venezia Giulia	4.723	4.811	1,9%
Umbria	4.600	4.536	-1,4%
Trentino Alto Adige	4.768	3.992	-16,3%
Molise	2.913	3.004	3,1%
Basilicata	3.587	2.817	-21,5%
Valle d'Aosta	1.973	2.055	4,2%
Italia	404.631	421.390	4,1%

Provincia di Alessandria - Regioni Italia
Presenze 2023-2024



Arrivi e Presenze (Mercati esteri): Provincia di Alessandria (2024 vs 2023)

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



Anno	2023		2024		2024 vs 2023	
	Mercati di provenienza	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi
		15.597	63.801	16.099	63.985	3,2%
Benelux	15.597	63.801	16.099	63.985	3,2%	0,3%
Germania	19.607	45.361	20.222	48.866	3,1%	7,7%
Francia	27.632	43.418	28.982	47.448	4,9%	9,3%
Svizzera	22.797	42.878	22.841	46.187	0,2%	7,7%
Scandinavia	5.841	16.149	6.952	19.219	19,0%	19,0%
Romania	5.614	16.739	5.262	16.259	-6,3%	-2,9%
Stati Uniti d'America	4.495	13.748	4.873	15.233	8,4%	10,8%
Regno Unito	4.478	9.850	4.621	11.251	3,2%	14,2%
Polonia	4.078	7.191	4.163	10.349	2,1%	43,9%
Spagna	4.049	7.008	4.733	10.329	16,9%	47,4%
Altro Ester	46.685	87.421	48.101	102.510	3,0%	17,3%
Totale Ester	160.873	353.564	166.849	391.636	3,7%	10,8%

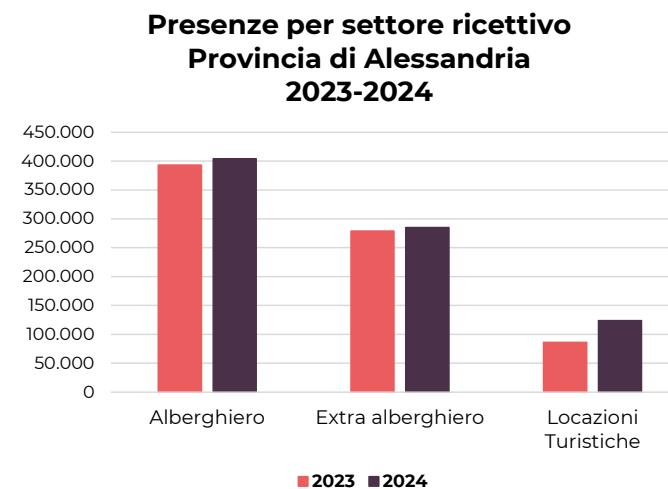
N.d.r. Le **presenze** dei **primi 10 mercati** esteri considerati costituiscono il **74%** del totale dei pernottamenti stranieri.



Arrivi e Presenze (Settore ricettivo): Provincia di Alessandria (2024 vs 2023)



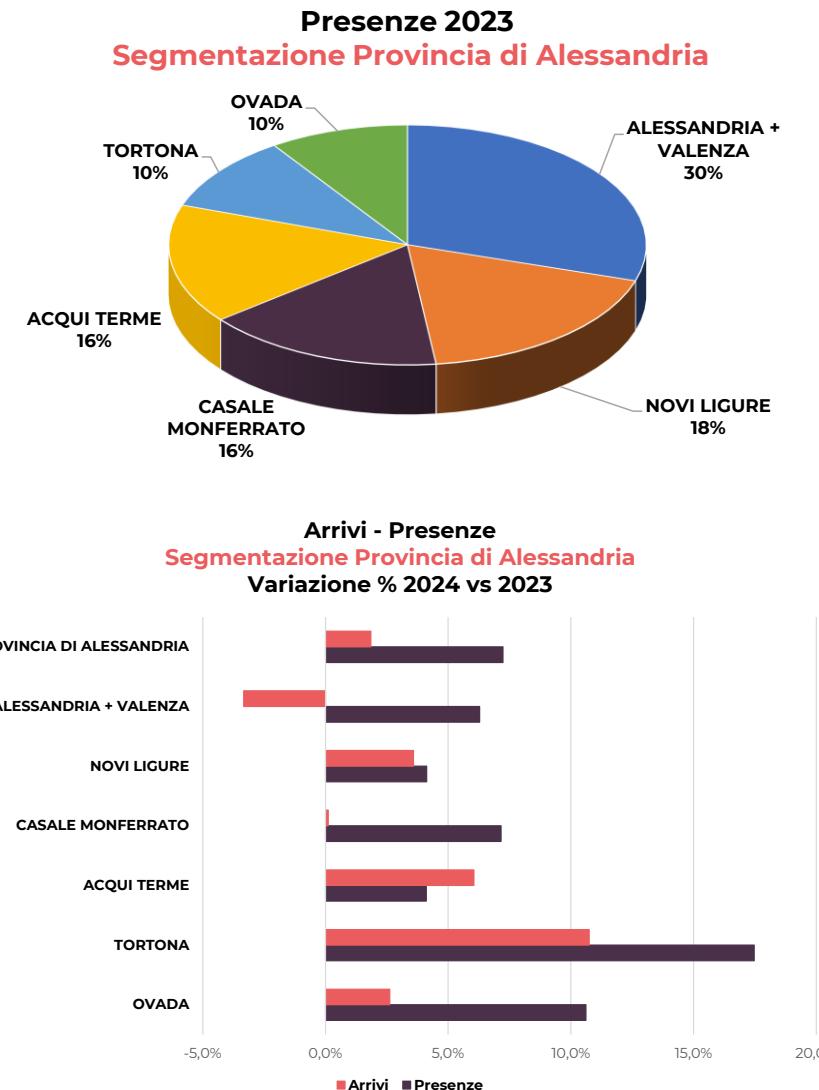
Arrivi				
Settore	Alberghiero	Extra alberghiero	Locazioni Turistiche	Totale
2023	221.450	115.389	27.130	363.969
2024	216.485	115.298	38.918	370.701
2024 vs 2023	-2,2%	-0,1%	43,5%	1,8%



Presenze				
Settore	Alberghiero	Extra alberghiero	Locazioni Turistiche	Totale
2023	393.074	278.894	86.227	758.195
2024	404.037	285.082	123.907	813.026
2024 vs 2023	2,8%	2,2%	43,7%	7,2%



Arrivi e Presenze: Segmentazione Provincia di Alessandria (2024 vs 2023)



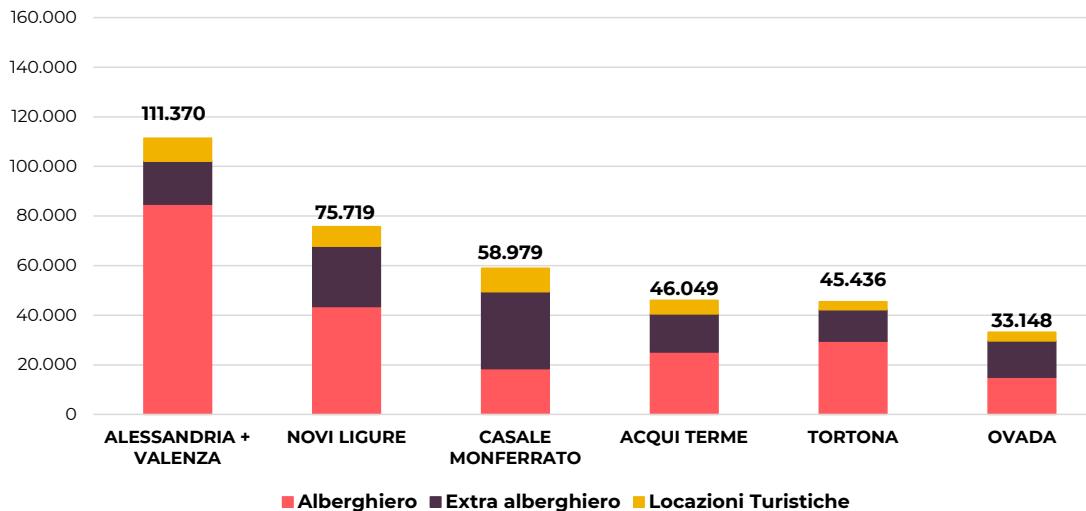
Anno	2023		2024		2024 vs 2023		
	Segmentazione Pv Alessandria	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ALESSANDRIA + VALENZA	ALESSANDRIA + VALENZA	115.209	226.431	111.370	240.664	-3,3%	6,3%
NOVI LIGURE	NOVI LIGURE	73.098	138.185	75.719	143.889	3,6%	4,1%
CASALE MONFERRATO	CASALE MONFERRATO	58.912	122.669	58.979	131.447	0,1%	7,2%
ACQUI TERME	ACQUI TERME	43.421	122.043	46.049	127.060	6,1%	4,1%
TORTONA	TORTONA	41.028	77.289	45.436	90.792	10,7%	17,5%
OVADA	OVADA	32.301	71.578	33.148	79.174	2,6%	10,6%
Totale Provincia di Alessandria	Totale Provincia di Alessandria	363.969	758.195	370.701	813.026	1,8%	7,2%

Arrivi e Presenze: Segmentazione Provincia di Alessandria e settore ricettivo (2024)

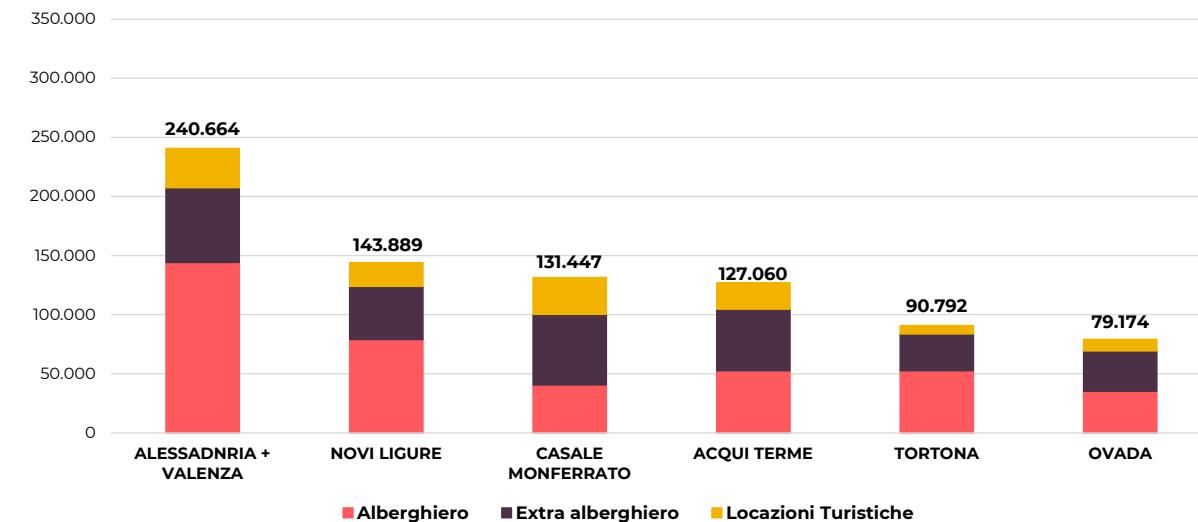
Fonte: Elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000)



Arrivi - 2024
Sottosegmenti Provincia di Alessandria



Presenze - 2024
Sottosegmenti Provincia di Alessandria





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Spend Index

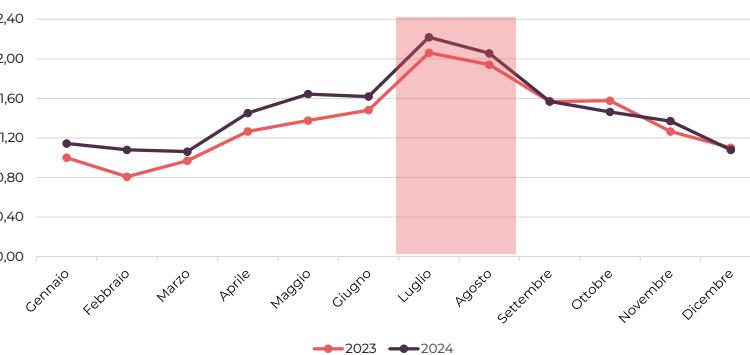


Spend Index – VISA (mercati esteri)

Provincia di Alessandria: consuntivo 2024

Volumi di spesa - Provincia di Alessandria
2024 vs 2023

(valori indicizzati su valori di gennaio 2023)



Numero di carte - Provincia di Alessandria
2024 vs 2023

(valori indicizzati su valori di gennaio 2023)



Spesa Media - Provincia di Alessandria
2024 vs 2023

(€)



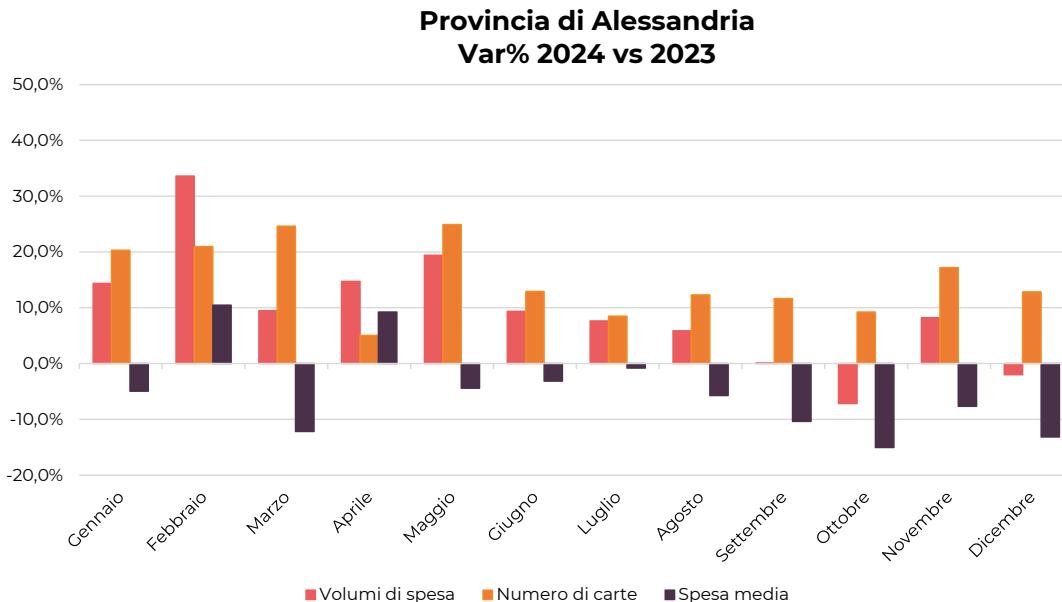
Analizzando il **trend mensile** della **Provincia di Alessandria**, si nota come i **picchi** di **volumi di spesa** e di **numero di carte** si registrino nei **mesi estivi** (luglio, agosto e settembre), con il valore massimo rispettivamente nei mesi di **luglio** ed **agosto**.

Il **picco estivo** dei **volumi complessivi di spesa** è dovuto a un **maggior numero di visitatori** rispetto all'inverno.

Invece, in termini di **spesa media** per **singolo visitatore**, i **valori più alti** si registrano nei **mesi invernali**.

Spend Index – VISA (mercati esteri)

Provincia di Alessandria: consuntivo 2024



Il **2024** è in **crescita** rispetto al **2023**:

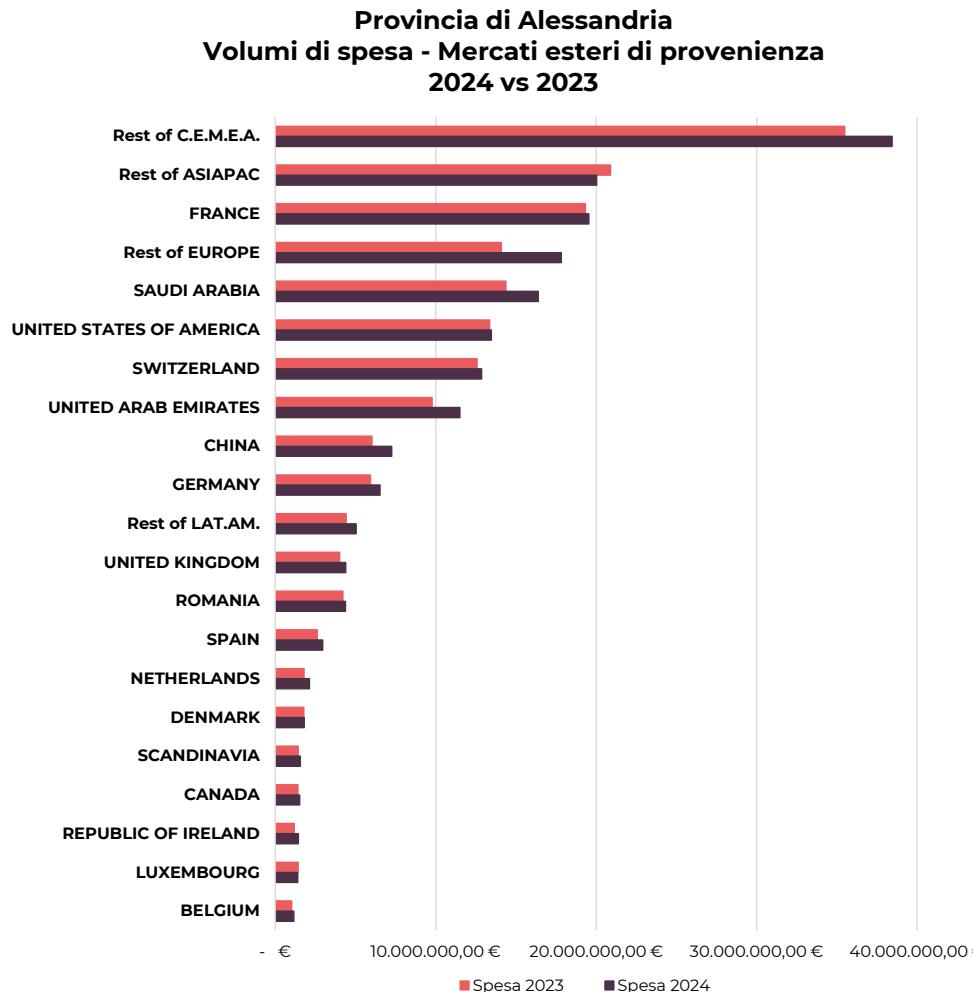
- **+8,2%** in termini di **volumi di spesa**
- **+13,6%** in termini di **numero di carte**.

La **spesa media per singolo visitatore**, supera i **280€**, ma risulta in **calo (-4,8%)** sul **totale anno**, ad **eccezione** dei mesi di **febbraio e aprile**.



Spend Index – VISA (mercati esteri)

Provincia di Alessandria: mercati principali



Fonte: Elaborazione Osservatorio Turistico della Regione Piemonte su base dati anonimizzati e aggregati

Mercati di provenienza	Spesa media 2024
UNITED ARAB EMIRATES	938,67 €
Rest of C.E.M.E.A.	703,06 €
CHINA	598,64 €
Rest of ASIAPAC	547,65 €
SAUDI ARABIA	541,30 €
UNITED STATES OF AMERICA	408,69 €
CANADA	349,70 €
Rest of LAT.AM.	345,62 €
LUXEMBOURG	314,59 €
REPUBLIC OF IRELAND	250,87 €
UNITED KINGDOM	219,47 €
Rest of EUROPE	211,52 €
ROMANIA	199,66 €
SWITZERLAND	197,17 €
NETHERLANDS	160,93 €
DENMARK	157,12 €
BELGIUM	139,20 €
SCANDINAVIA	136,47 €
FRANCE	126,68 €
GERMANY	115,77 €
SPAIN	115,26 €



Spend Index – VISA (mercati esteri)

Provincia di Alessandria: principali settori merceologici (*)

Provincia di Alessandria I 7 principali settori merceologici - Anno 2024



Il settore dell'**abbigliamento** rappresenta **circa il 65%** del totale del volume di spesa.

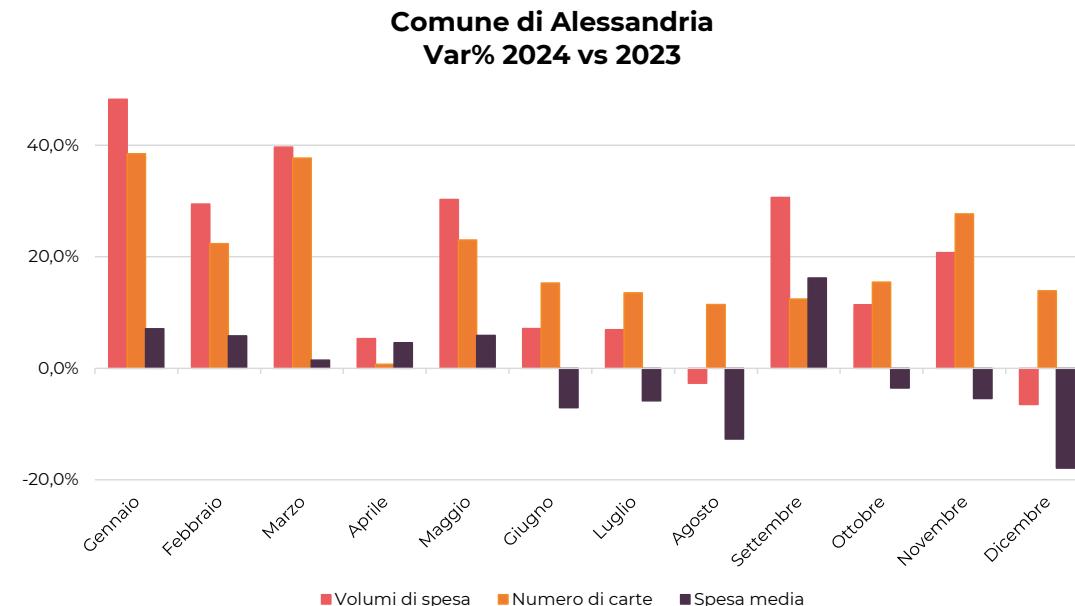
Guardando alla **spesa media per settore merceologico**, il singolo visitatore spende **oltre 665€** per **abbigliamento** e **oltre 430€** in **gioielli, orologi e borse**.

(*) L'analisi dei volumi di spesa sui settori merceologici viene condotta su un campione di 34 Comuni della provincia di Alessandria che rispettano le condizioni previste da VISA: Acqui Terme, Alessandria, Arquata Scrivia, Bistagno, Borghetto di Barbera, Cantalupo Ligure, Carbonara Scrivia, Casale Monferrato, Cassano Spinola, Cassine, Castellazzo Bormida, Castelletto D'Erro, Castelnuovo Scrivia, Gabiano, Gavi, Morano sul Po, Murisengo, Novi Ligure, Ovada, Ozzano Monferrato, Pontecurone, Pontestura, Ponzone, Sale, San Giorgio Monferrato, San Salvatore Monferrato, Serravalle Scrivia, Strevi, Tagliolo Monferrato, Tortona, Valenza, Vignale Monferrato, Vignole Barbera, Visone.



Spend Index – VISA (mercati esteri) Comune di Alessandria: consuntivo 2024

VISA



Il **2024** è in **crescita** rispetto al **2023**:

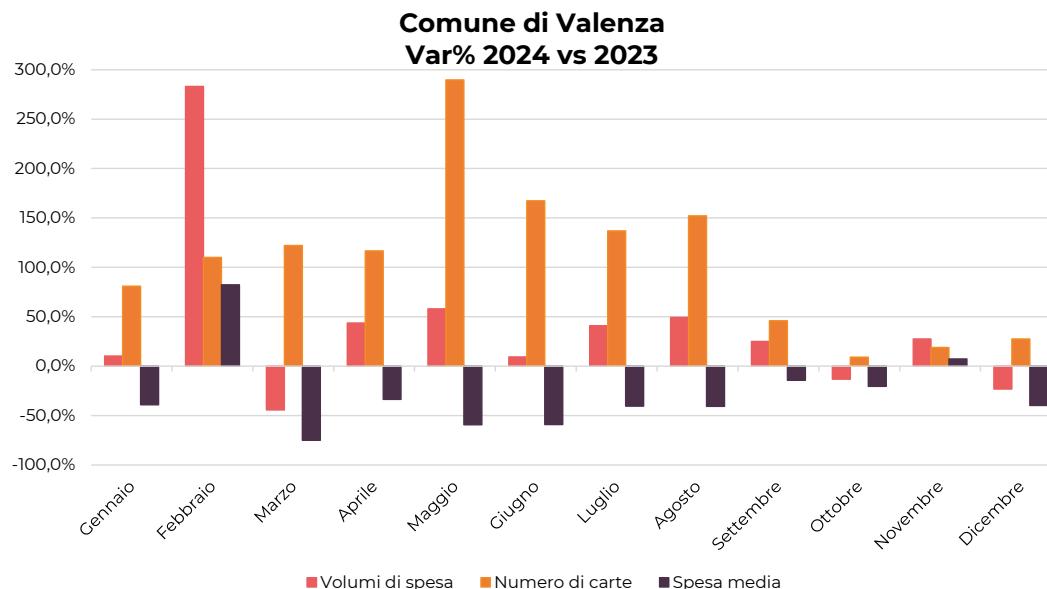
- **+15,2%** in termini di **volumi di spesa**
- **+15,8%** in termini di **numero di carte**.

La **spesa media** per **singolo visitatore**, supera i **150€**, stabile sul **totale anno**.



Spend Index – VISA (mercati esteri)

Comune di Valenza: consuntivo 2024



Il **2024** è in **crescita** rispetto al **2023**: **+18,9%** in termini di **volumi di spesa** registrando un picco nel mese di **settembre**.

Il **numero di carte** (numero di visitatori unici mensili), **raddoppia** rispetto all'anno precedente; il **picco** del numero dei visitatori si raggiunge nel mese di **maggio**, probabilmente grazie all'evento **Valenza Jewelry Week**.

La **spesa media per singolo visitatore**, supera i **370€**, ma risulta in **calo** (**-46,1%**) sul **totale anno**, ad **eccezione** dei mesi di **febbraio** e **novembre**.

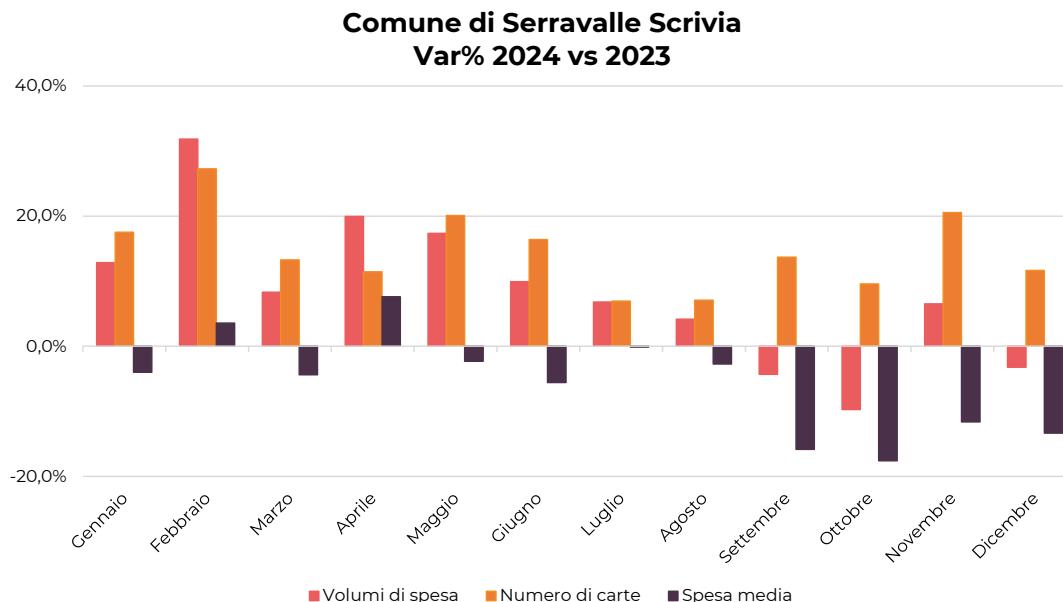
Dall'analisi sui settore merceologici, emerge che **oltre il 75%** dei volumi di spesa si concentra su **gioielli, orologi e borse**, con una **spesa media** per singolo visitatore che **superà i 3mila e 500 euro**.



Spend Index – VISA (mercati esteri)

Comune di Serravalle Scrivia: consuntivo 2024

VISA



In termini di **volumi di spesa**, il **2024** è in **crescita** rispetto al **2023**: **+7,2%**, raggiungendo **oltre 140 milioni di euro** (quasi il 74% del volume di spesa complessivo registrato sulla Provincia).

Guardando al **numero di carte** (numero di visitatori unici mensili), si nota una **crescita** del **13,5%**.

La **spesa media** per singolo visitatore, supera i **550€**, ma risulta in **calo (-5,6%)** sul **totale anno**, ad **eccezione** dei mesi di **febbraio ed aprile**.

Dall'analisi sui settore merceologici, emerge che **circa il 90%** dei volumi di spesa si concentra su **abbigliamento e gioielli, orologi e borse**, con una **spesa media** per singolo visitatore di quasi **670 euro**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Monitoraggio Recensioni online

Provincia di Alessandria vs Piemonte

Anno 2024
(01/01/2024 – 31/12/2024)





Recensioni on-line e sentiment analysis In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

01/01/2024 - 31/12/2024			
	Comparto	Provincia di Alessandria	Piemonte
Punti di interesse	Ricettività	714	6.400
	Affitti Brevi	411	6.500
	Ristorazione	2.300	24.400
	Attrazioni	1.000	10.500
	Complessivo	5.300	55.700
Tracce Digitali	Ricettività	27.000 (-10%)	404.100 (-9,1%)
	Affitti Brevi	4.700 (+7,2%)	78.200 (-8,2%)
	Ristorazione	76.300 (-15,2%)	938.800 (-14,3%)
	Attrazioni	6.300 (-27,4%)	157.100 (-20,1%)
	Complessivo	122.700 (-14,1%)	1.700.000 (-10,5%)
Sentiment analysis	Ricettività	88,7/100 (+0,4)	86,8/100 (+0,4)
	Affitti Brevi	91,1/100 (+0,2)	91,5/100 (+0,1)
	Ristorazione	86,5/100 (+0,2)	87,1/100 (+0,2)
	Attrazioni	89,8/100 (+0,1)	91,7/100 (+0,4)
	Complessivo	87,1/100 (+0,3)	87,6/100 (+0,3)

- I **punti di interesse** del territorio della **Provincia di Alessandria** monitorati nelle recensioni on-line **rappresentano il 10% del totale regionale**;
- Valutando il **volume** di **tracce digitali**, si ritrova una proporzione analoga a quella dei **punti di interesse**: per la **Provincia di Alessandria** **122.700 contenuti** che rappresentano il **7% del totale regionale**;
- Il **sentiment** sulla rete della **provincia di Alessandria** è **inferiore** rispetto al valore **regionale**: **87,1/100 vs 87,6/100**.



Recensioni on-line e sentiment analysis In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

01/01/2024 - 31/12/2024			
Qualifica	Punti interesse	Tracce digitali	Sentiment Analysis
Hotel	102	10.850	82,8/100
B&B	199	6.466	89,2/100
Agriturismo	182	4.654	89,7/100
Villetta	114	2.648	90,6/100
Altri alloggi	57	1.587	88,5/100
Alloggio	18	732	91,3/100
Resort	16	612	88,7/100
Residence	9	463	80/100
Campeggi	9	173	89,7/100
Ostello	5	139	90,8/100

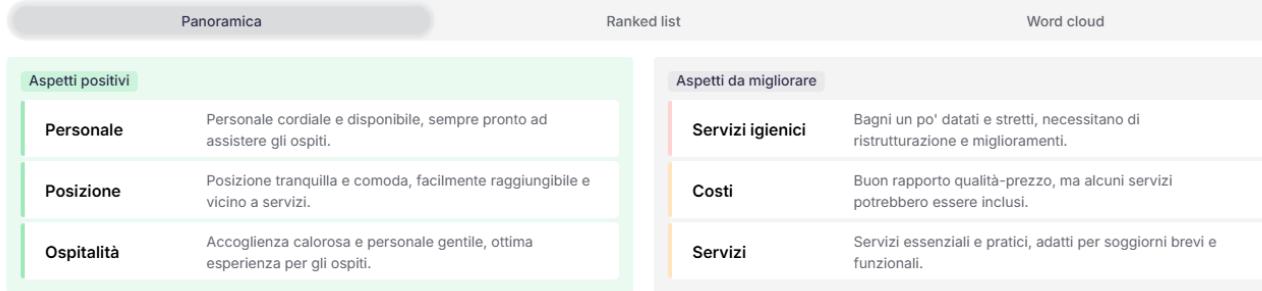
- I **B&B** registrano il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **199**; seguono gli **agriturismi** con **182**;
- Gli **hotel** sono le strutture ricettive che rilevano più **tracce digitali**: **10.850**; seguono i **B&B** con **6.466**;
- Premettendo che il risultato dell'analisi del **sentiment** risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse / numero di recensioni, gli **alloggi** registrano un valore del **sentiment** superiore rispetto alle altre strutture ricettive: **91,3/100**; seguono gli **ostelli**, con **90,8/100**.



In sintesi – Punti di interesse: Hotel

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalcola dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalcola dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



RICETTIVITÀ

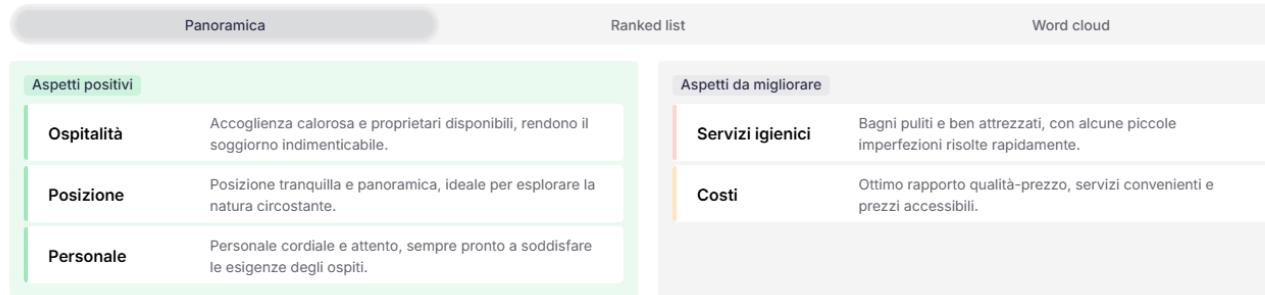
- Gli **aspetti positivi** sono il **personale** (**2.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**83/100**, la **posizione** (**2.500 tracce digitali**) e un **sentiment** del **79/100** e l'**ospitalità** (**1.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**87/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**397 tracce digitali**) e un **sentiment** del **47/100**, i **costi** (**717 tracce digitali**) e un **sentiment** del **63/100**) e i **servizi** (**797 tracce digitali**) e un **sentiment** del **63/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** (**2.600 tracce digitali**), la **posizione** (**2.500**) e il **personale** (**2.200**).



In sintesi – Punti di interesse: B&B

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



RICETTIVITÀ

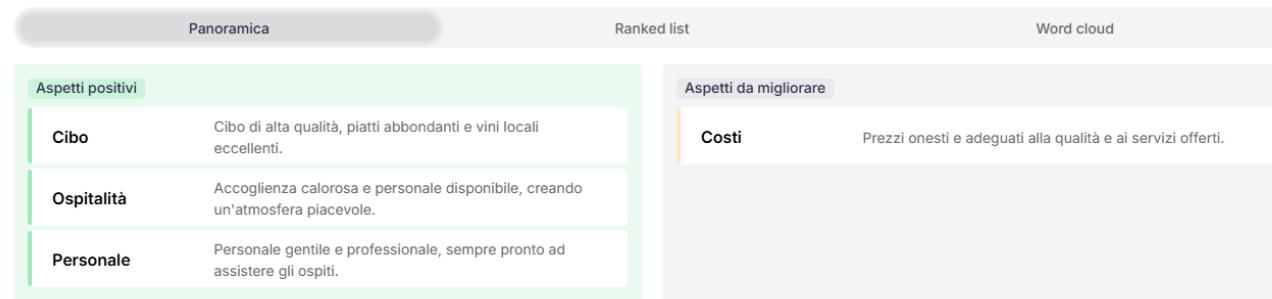
- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità (2.000 tracce digitali)** e un **sentiment del 91/100**, la **posizione (1.700 tracce digitali)** e un **sentiment dell'82/100** e il **personale (1.100 tracce digitali)** e un **sentiment dell'89/100**.
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici (218 tracce digitali)** e un **sentiment del 61/100** e i **costi (209 tracce digitali)** e un **sentiment del 67/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità (2.000 tracce digitali)**, la **camera (1.800)** e la **posizione (1.700)**.



In sintesi – Punti di interesse: Agriturismi

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



RICETTIVITÀ

- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (**2.000 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**84/100**, l'**ospitalità** (**1.400 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**89/100**) e il **personale** (**1.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **costi** (**390 tracce digitali**) e un **sentiment** del **63/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (**2.000 tracce digitali**), il **personale** e la **posizione** (entrambi con **1.200**).

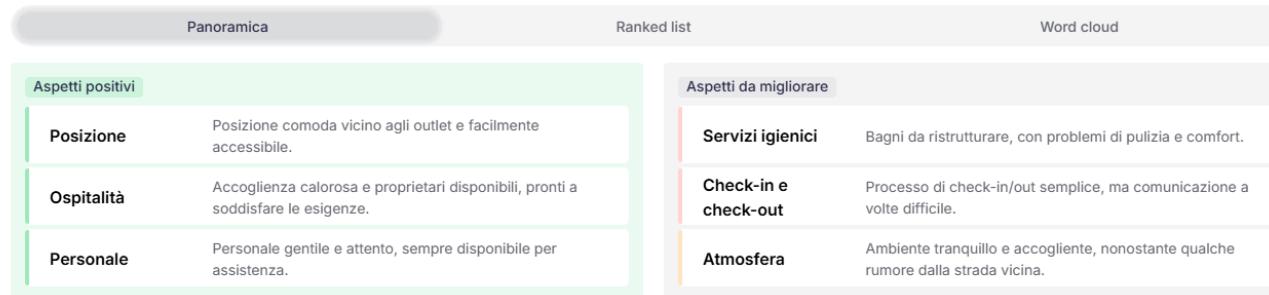


In sintesi – Punti di interesse: Residence

RICETTIVITÀ

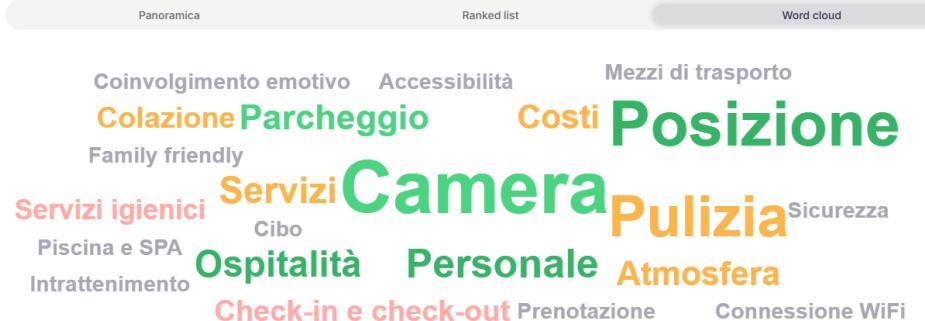
Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (**127 tracce digitali**) e un **sentiment** del **78/100**, l'**ospitalità** (**51 tracce digitali**) e un **sentiment** del **90/100**) e il **personale** (**59 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**84/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**22 tracce digitali**) e un **sentiment** del **36/100**), i **check-in e check-out** (**37 tracce digitali**) e un **sentiment** del **57/100**) e l'**atmosfera** (**51 tracce digitali**) e un **sentiment** del **60/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** (**159 tracce digitali**), la **posizione** (**127**) e il **personale** (**59**).



Recensioni on-line e sentiment analysis In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

AFFITTI BREVI

01/01/2024 - 31/12/2024			
Qualifica	Punti interesse	Tracce digitali	Sentiment Analysis
Appartamento vacanze	118	2.336	90/100
Casa o Appartamento	249	2.103	92,3/100
Affittacamere	107	1.368	84,5/100

- Le **case o appartamenti** registrano il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **249**; seguono gli **appartamenti vacanze** con **118**;
- Gli **appartamenti vacanze** rilevano il maggior numero di **tracce digitali**: **2.336**; seguono le **case o appartamenti** con **2.103**;
- Premettendo che il risultato dell'analisi del **sentiment** risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse / numero di recensioni, le **case o appartamenti** registrano un valore del **sentiment** superiore rispetto alle altre strutture ricettive: **92,3/100**; seguono gli **appartamenti vacanze**, con **90/100**.

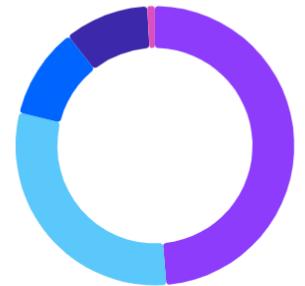


Provincia di Alessandria: Tipologie di viaggio

COMPLESSIVO

Tipologia di viaggiatore

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



● Coppie ● Famiglie ● Amici/Gruppo ● Singolo
● Viaggio Di Lavoro

	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
● Coppie	48,7%	89,0/100
● Famiglie	30,1%	87,6/100
● Amici/Gruppo	10,5%	87,8/100
● Singolo	9,8%	87,4/100
● Viaggio Di Lavoro	0,9%	81,4/100

Il **48,7%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **30,1%**, e gli **amici/gruppi**, con il **10,5%**.

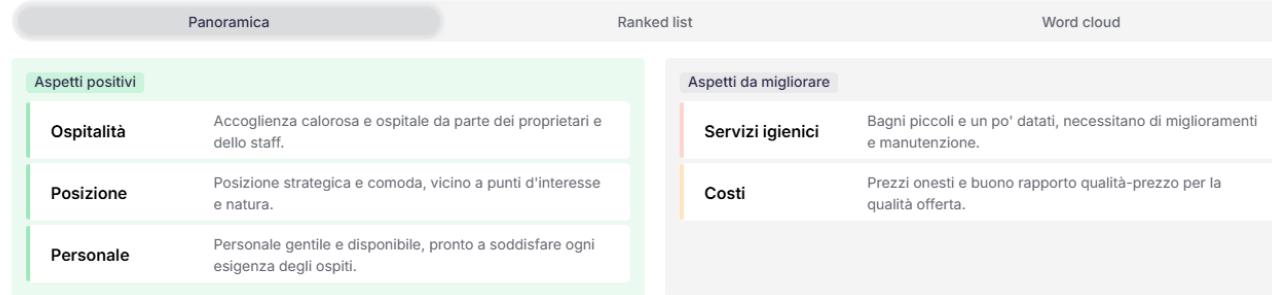


Provincia di Alessandria: Cluster & Topic

RICETTIVITÀ

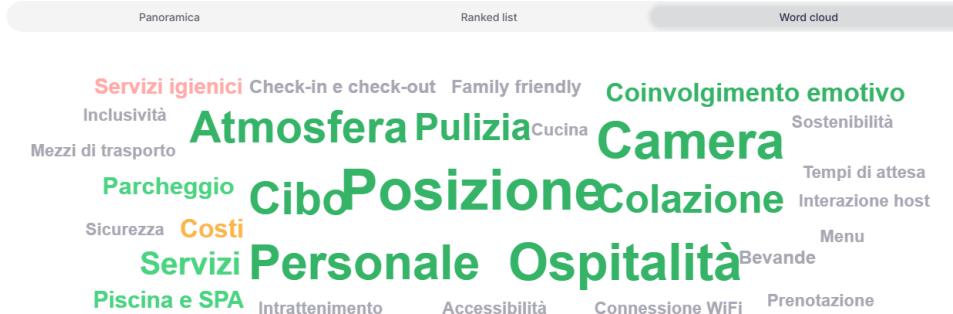
Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



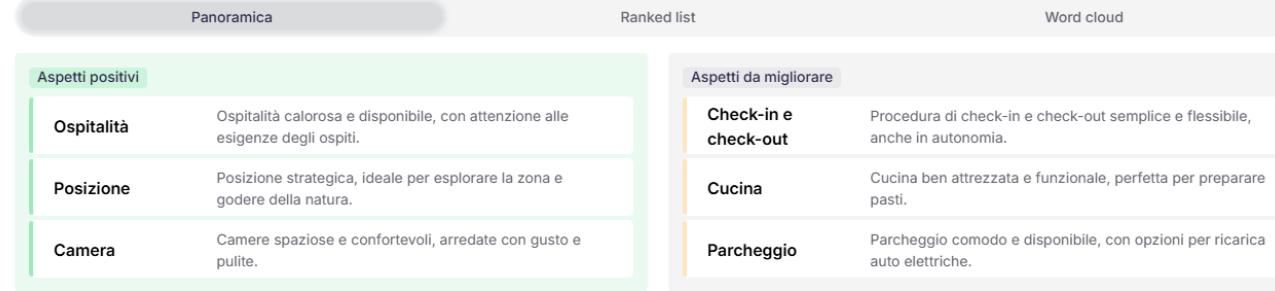
- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (**6.300 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**89/100**, la **posizione** (**7.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**81/100** e il **personale** (**5.700 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**85/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**912 tracce digitali**) e un **sentiment** del **52/100**) e i **costi** (**1.600 tracce digitali**) e un **sentiment** del **63/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (**7.200 tracce digitali**), la **camera** (**6.400**) e l'**ospitalità** (**6.300**).



Provincia di Alessandria: Cluster & Topic

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



AFFITTI BREVI

- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità (2.400 tracce digitali)** e un **sentiment del 91/100**, la **posizione (2.100 tracce digitali)** e un **sentiment dell'84/100** e la **camera (2.000 tracce digitali)** e un **sentiment del 77/100**.
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **check-in e check-out (215 tracce digitali)** e un **sentiment del 70/100**, la **cucina (282 tracce digitali)** e un **sentiment del 68/100** e il **parcheggio (188 tracce digitali)** e un **sentiment del 77/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità (2.400 tracce digitali)**, la **posizione (2.100)** e la **camera (2.000)**.



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Monitoraggio Recensioni online

Provincia di Alessandria vs Piemonte

**Primi 9 mesi 2025
(01/01/2025 – 30/09/2025)**





Recensioni on-line e sentiment analysis

In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

Primi 9 mesi 2025 (01/01/2025 - 30/09/2025)			
	Comparto	Provincia di Alessandria	Piemonte
Punti di interesse	Ricettività	681	5.900
	Affitti Brevi	407	6.200
	Ristorazione	2.200	23.000
	Attrazioni	879	9.200
	Complessivo	4.900	51.600
Tracce Digitali	Ricettività	20.600 (-9,3%)	300.300 (-4,9%)
	Affitti Brevi	4.200 (-11,5%)	76.200 (-9,2%)
	Ristorazione	49.800 (-31,7%)	648.500 (-29%)
	Attrazioni	4.500 (-7,5%)	112.900 (-6,9%)
	Complessivo	84.300 (-24,9%)	1.200.000 (-20%)
Sentiment analysis	Ricettività	86,9/100 (-0,1)	84,8/100 (+0,1)
	Affitti Brevi	90,5/100 (+0,7)	90,1/100 (=)
	Ristorazione	86,3/100 (+1,2)	86,5/100 (+0,6)
	Attrazioni	88/100 (-0,2)	89,8/100 (-0,2)
	Complessivo	86,4/100 (+0,9)	86,5/100 (+0,4)

- I **punti di interesse** del territorio della **Provincia di Alessandria** monitorati nelle recensioni on-line **rappresentano il 9% del totale regionale**;
- Valutando il **volume** di **tracce digitali**, si ritrova una proporzione analoga a quella dei **punti di interesse**: per la **Provincia di Alessandria** **84.300 contenuti** che rappresentano il **7% del totale regionale**;
- Il **sentiment** sulla rete della **provincia di Alessandria** è **leggermente inferiore** rispetto al valore **regionale**: **86,4/100 vs 86,5/100**.



Recensioni on-line e sentiment analysis In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

RICETTIVITÀ

Primi 9 mesi 2025 (01/01/2025 - 30/09/2025)			
Qualifica	Punti interesse	Tracce digitali	Sentiment Analysis
Hotel	98	7.923	82,8/100
B & B	177	4.345	89,6/100
Agriturismo	167	3.373	89,7/100
Villetta	104	2.017	90,8/100
Altri alloggi	58	1.196	88,8/100
Alloggio	21	517	90,1/100
Resort	15	418	88,3/100
Residence	8	344	80,8/100
Campeggi	9	226	86,8/100
Ostello	5	181	90/100

- I **B&B** registrano il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **177**; seguono gli **agriturismi** con **167**;
- Gli **hotel** sono le strutture ricettive che rilevano più **tracce digitali**: **7.923**; seguono i **B&B** con **4.345**;
- Premettendo che il risultato dell'analisi del **sentiment** risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse / numero di recensioni, la **villetta** registra un valore del **sentiment** superiore rispetto alle altre strutture ricettive: **90,8/100**; seguono gli **alloggi**, con **90,1/100**.

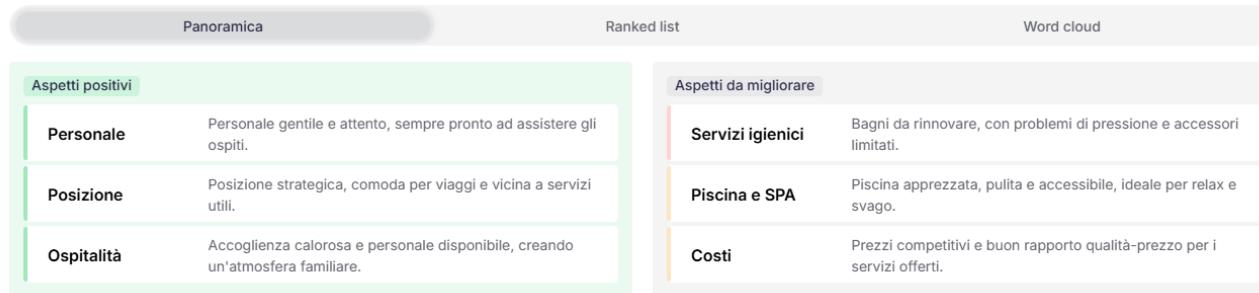


In sintesi – Punti di interesse: Hotel

RICETTIVITÀ

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



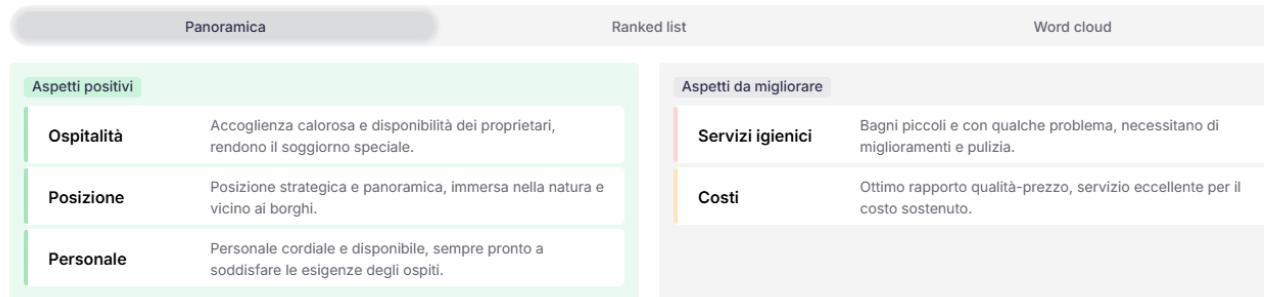
- Gli **aspetti positivi** sono il **personale** (**1.600 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**83/100**, la **posizione** (**1.800 tracce digitali**) e un **sentiment** del **79/100** e l'**ospitalità** (**880 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**87/100**.
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**248 tracce digitali**) e un **sentiment** del **48/100**, la **piscina e SPA** (**226 tracce digitali**) e un **sentiment** del **68/100** e i **costi** (**511 tracce digitali**) e un **sentiment** del **64/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** e la **posizione** (entrambe con **1.800 tracce digitali**) e il **personale** (**1.600**).



In sintesi – Punti di interesse: B&B

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



RICETTIVITÀ

- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (**1.400 tracce digitali**) e un **sentiment** del **91/100**, la **posizione** (**1.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**82/100** e il **personale** (**782 tracce digitali** e un **sentiment** dell'**88/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**134 tracce digitali**) e un **sentiment** del **55/100** e i **costi** (**138 tracce digitali**) e un **sentiment** del **70/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità** (**1.400 tracce digitali**), la **camera** (**6.400**) e la **posizione** (entrambe con **1.200**).

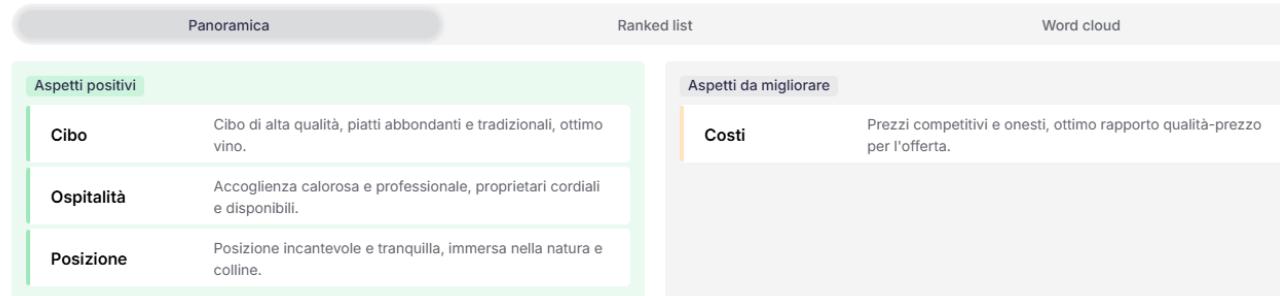


In sintesi – Punti di interesse: Agriturismi

RICETTIVITÀ

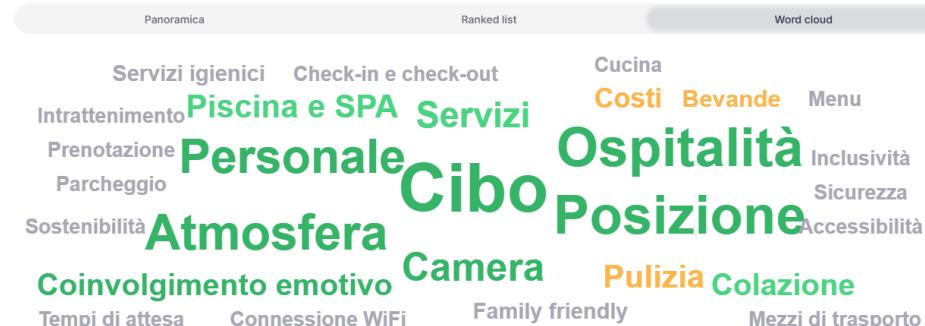
Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono il **cibo** (**1.300 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**86/100**, l'**ospitalità** (**957 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**89/100**) e la **posizione** (**934 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**84/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **costi** (**217 tracce digitali**) e un **sentiment** del **69/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono il **cibo** (**1.300 tracce digitali**), l'**ospitalità** (**957**) e la **posizione** (**934**).

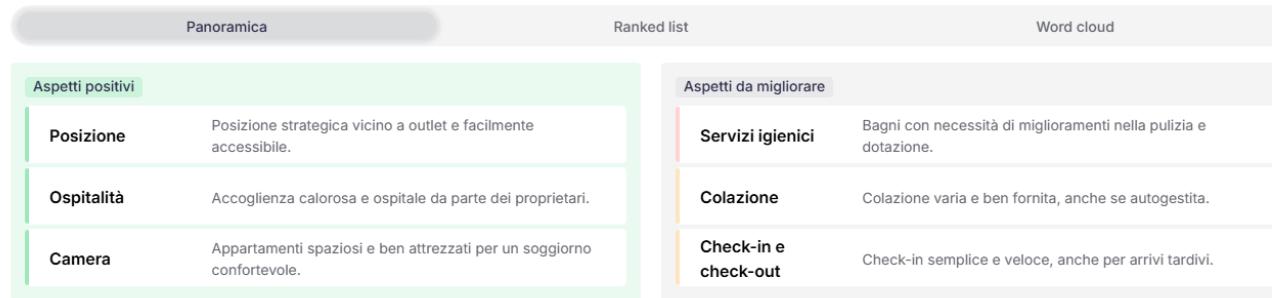


In sintesi – Punti di interesse: Residence

RICETTIVITÀ

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



- Gli **aspetti positivi** sono la **posizione** (**78 tracce digitali**) e un **sentiment** del **79/100**, l'**ospitalità** (**35 tracce digitali**) e un **sentiment** del **92/100**) e la **camera** (**102 tracce digitali**) e un **sentiment** del **70/100**).
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**12 tracce digitali**) e un **sentiment** del **36/100**), la **colazione** (**14 tracce digitali**) e un **sentiment** del **65/100**) e i **check-in e check-out** (**18 tracce digitali**) e un **sentiment** del **67/100**).
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **camera** (**102 tracce digitali**), la **pulizia** (**88**) e la **posizione** (**78**).



Recensioni on-line e sentiment analysis In sintesi – Punti di interesse, Tracce digitali e Sentiment Analysis

AFFITTI BREVI

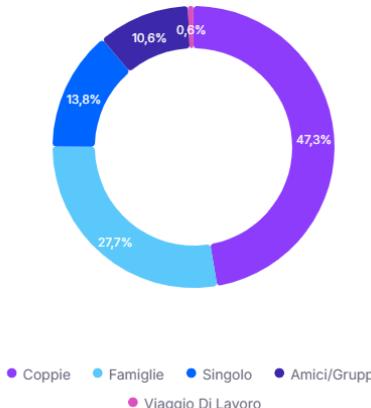
Primi 9 mesi (01/01/2025 - 30/09/2025)			
Qualifica	Punti Interesse	Tracce digitali	Sentiment Analysis
Appartamento vacanze	120	1.855	91/100
Casa o Appartamento	191	1.334	92,4/100
Affittacamere	96	985	86,8/100

- Le **case o appartamenti** registrano il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **191**; seguono gli **appartamenti vacanze** con **120**;
- Gli **appartamenti vacanze** rilevano il maggior numero di **tracce digitali**: **1.855**; seguono le **case o appartamenti** con **1.334**;
- Premettendo che il risultato dell'analisi del *sentiment* risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse / numero di recensioni, le **case o appartamenti** registrano un valore del *sentiment* superiore rispetto alle altre strutture ricettive: **92,4/100**; seguono gli **appartamenti vacanze**, con **91/100**.

Provincia di Alessandria: Tipologie di viaggio

Tipologia di viaggiatore

Distribuzione delle tracce digitali e Sentiment medio rispetto al tipo di viaggiatore.



	Distribuzione tracce digitali	Sentiment
Coppie	47,3%	86,7/100
Famiglie	27,7%	85,4/100
Singolo	13,8%	85,6/100
Amici/Gruppo	10,6%	86,3/100
Viaggio di lavoro	0,6%	80,8/100

COMPLESSIVO

Il **47,3%** delle recensioni sono redatte da **coppie**; seguono le **famiglie**, con il **27,7%**, e i **single**, con il **13,8%**.

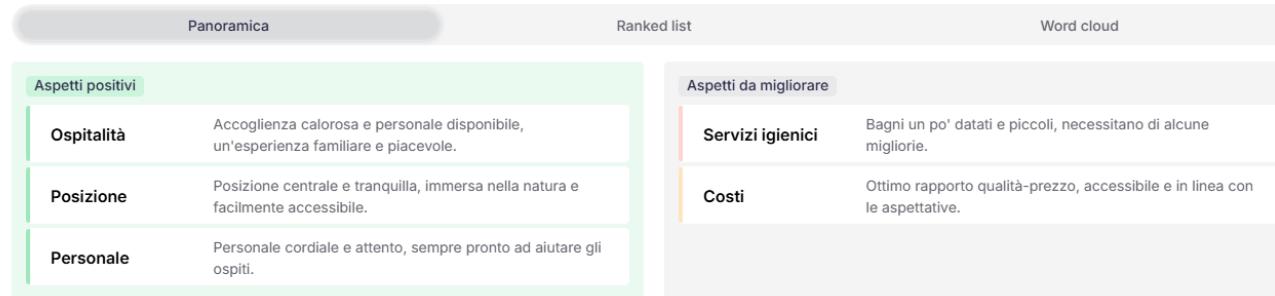


Provincia di Alessandria: Cluster & Topic

RICETTIVITÀ

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



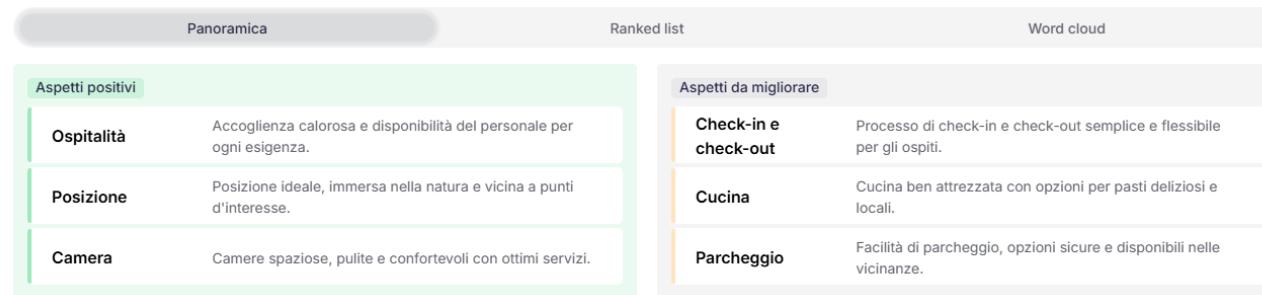
- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità** (**4.300 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**89/100**, la **posizione** (**5.200 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**82/100** e il **personale** (**4.100 tracce digitali**) e un **sentiment** dell'**85/100**.
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **servizi igienici** (**577 tracce digitali**) e un **sentiment** del **52/100** e i **costi** (**1.100 tracce digitali**) e un **sentiment** del **64/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono la **posizione** (**5.300 tracce digitali**), la **camera** (**4.600**) e l'**ospitalità** (**4.300**).



Provincia di Alessandria: Cluster & Topic

Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



Analisi semantica

Utilizzando LLM, il widget analizza i cluster e gli argomenti della tua destinazione e li classifica in base al Punteggio Semantico D/AI, calcolato correlando Sentiment e volume delle Tracce Digitali. Viene misurato su una scala da 0 a 100 e si ricalibra dinamicamente in base ai filtri selezionati e ai dati disponibili.



AFFITTI BREVI

- Gli **aspetti positivi** sono l'**ospitalità (1.800 tracce digitali)** e un **sentiment del 91/100**, la **posizione (1.400 tracce digitali)** e un **sentiment dell'85/100** e la **camera (1.300 tracce digitali)** e un **sentiment dell'80/100**.
- Gli **aspetti da migliorare** sono i **check-in e check-out (145 tracce digitali)** e un **sentiment del 73/100**, la **cucina (238 tracce digitali)** e un **sentiment del 73/100** e il **parcheggio (204 tracce digitali)** e un **sentiment del 78/100**.
- Le parole maggiormente presenti nelle recensioni online sono l'**ospitalità (1.800 tracce digitali)**, la **posizione (1.400 tracce digitali)** e la **camera (1.300 tracce digitali)**.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Osservatorio Turistico della provincia di Alessandria

GLOSSARIO





Glossario Sentiment Analysis

Il monitoraggio si basa sui **Punti di Interesse (Point Of Interest)** che lo strumento di **Destination A/I** rileva come «attivi» in termini di recensioni collegate (almeno una recensione nel periodo di analisi) per i compatti principali che compongono la filiera turistica: ricettività, ristorazione, attrazioni.

- **Complessivo:** perimetro complessivo di analisi che comprende tutte e tre i compatti (ricettività, ristorazione e attrazioni);
- **Ricettività:** si riferisce all'insieme delle strutture ricettive presenti nel territorio analizzato (hotel, B&B, agriturismi, campeggi, ostelli, etc... al netto degli affitti brevi);
- **Affitti brevi:** si riferisce all'insieme delle offerte di soggiorno in affittacamere, casa o appartamento, appartamento vacanze
- **Ristorazione:** si riferisce all'insieme dei locali che ruotano nell'ambito della ristorazione (ristoranti, pizzerie, bar, gelaterie, caffè);
- **Attrazioni:** si riferisce a tutte le attrazioni del territorio che possono essere siti fisici oppure eventi o altro...(chiese, musei, parchi, fiere, castelli, etc...).





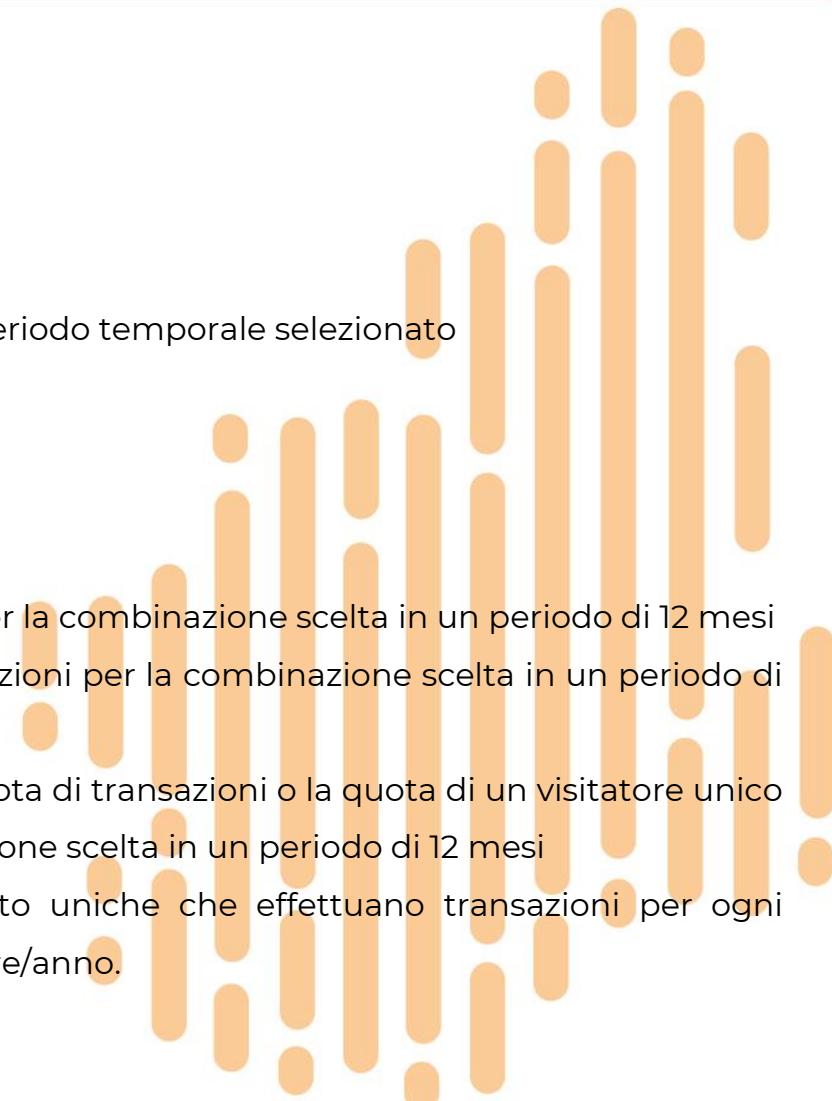
Glossario Spend Index - VISA

- **Paese del visitatore:** paese di **rilascio** della carta di pagamento
- **Visitatori unici:** numero di carte di pagamento uniche in visita in Italia all'interno di un periodo temporale selezionato

REGOLE DI DISCLOSURE DEI DATI – COMPLIANCE

Viene applicata la **regola di benchmark 5-50-10**:

- Combinazione location e settore merceologico di spesa:
 - Regola dei 5 esercenti: le operazioni devono avvenire in almeno 5 esercenti diversi per la combinazione scelta in un periodo di 12 mesi
 - Regola delle 10 carte: 10 o più proprietari di carte differenti devono effettuare transazioni per la combinazione scelta in un periodo di 12 mesi
 - Regola della quota 50%: la quota di un singolo settore merceologico di spesa o la quota di transazioni o la quota di un visitatore unico (proprietario di carta) non può rappresentare più del 50% del totale, per la combinazione scelta in un periodo di 12 mesi
- Dato aggregato su settimana/mese/quadrimestre/anno: almeno 10 carte di pagamento uniche che effettuano transazioni per ogni combinazione scelta se selezionata la visualizzazione a livello settimana/mese/quadrimestre/anno.





OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



RIUSO, LOCAZIONE SOCIALE E FINANZA AD IMPATTO: IL MODELLO HOMES 4 ALL

PROF. ARCH. MATTEO ROBIGLIO

Responsabile dello Sviluppo Immobiliare di Homes4All

In collaborazione con:



Si ringrazia:



1861



Media Partner:



Main sponsor:



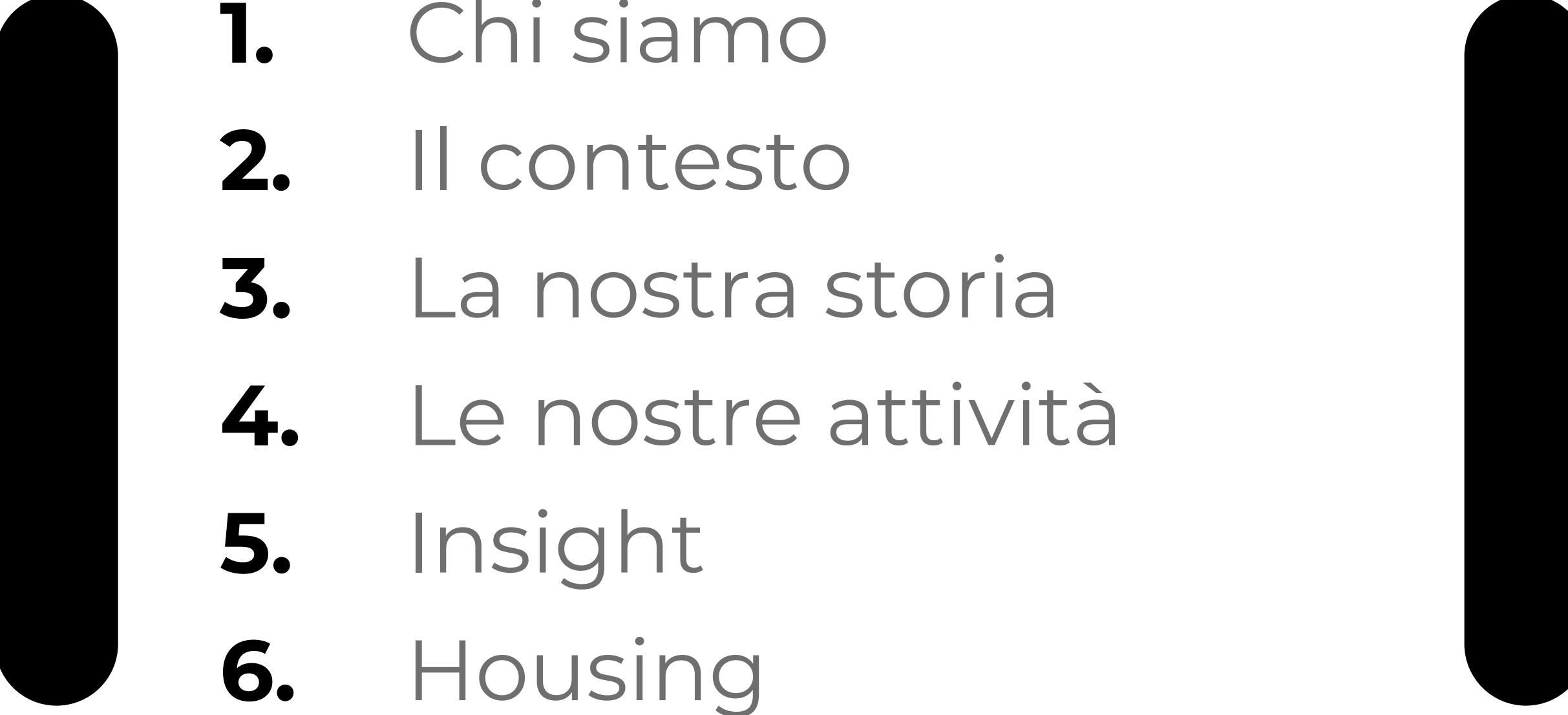


Certificazione
Finanziato
dall'Unione europea

HOMES4ALL

OUR / **IMPACT**
YOUR / **VALUE**
HOMES / **4ALL**

Agenda

- 
- 1.** Chi siamo
 - 2.** Il contesto
 - 3.** La nostra storia
 - 4.** Le nostre attività
 - 5.** Insight
 - 6.** Housing
 - 7.** Prossimi progetti
 - 8.** Gli indicatori
 - 9.** Il nostro impatto
 - 10.** Il Team
 - 11.** La rete La
 - 12.** reputazione

Chi siamo

Mission

Valorizziamo il patrimonio immobiliare inutilizzato per creare soluzioni abitative accessibili, innovative, collaborative ed ecologiche.

Vision

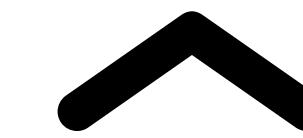
Inneschiamo processi di rigenerazione urbana e innovazione sociale per città e comunità più inclusive, sicure e sostenibili.

Value proposition

Generiamo valore per e con le comunità attraverso l'impact investing.

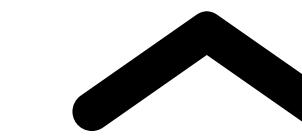
Il contesto

TROPPE
PERSONE
SENZA CASA



20%

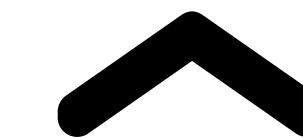
delle famiglie vivono
in alloggi sovraffollati¹



**450
mila**

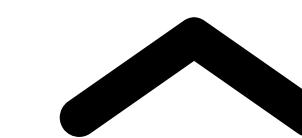
famiglie
sotto sfratto²

TROPPE CASE
**SENZA
PERSONE**



**+10
mln**

asset non
utilizzati in Italia³



**50
mila**

appartamenti
vuoti a torino⁴



¹Rapporto Istat "Condizioni di vita dei minori - Anno 2022"

²Stima Rapporto Unione Inquilini 2022

³Istat Censimento della popolazione e delle abitazioni 2021

⁴Osservatorio Città Metropolitana / Comune di Torino

Il contesto

H4A - Progetto

A Torino il diritto all'abitazione si innova

È il progetto di finanza d'impatto che affronta il problema dell'instabilità abitativa sviluppando un sistema globale di sostegno alle famiglie beneficiarie, al fine di rafforzare la loro capacità di raggiungere una soluzione abitativa stabile.

H4A - Società Benefit

Diamo casa al valore

È la società creata inizialmente per realizzare il progetto. Grazie ad una rete di investitori privati orientati alla finanza d'impatto, Homes4All individua, ristruttura e gestisce immobili affittandoli a famiglie in difficoltà abitativa a canone agevolato.

Finanziato da



Partner



Con la partecipazione di



Leader di progetto



Con l'endorsement di



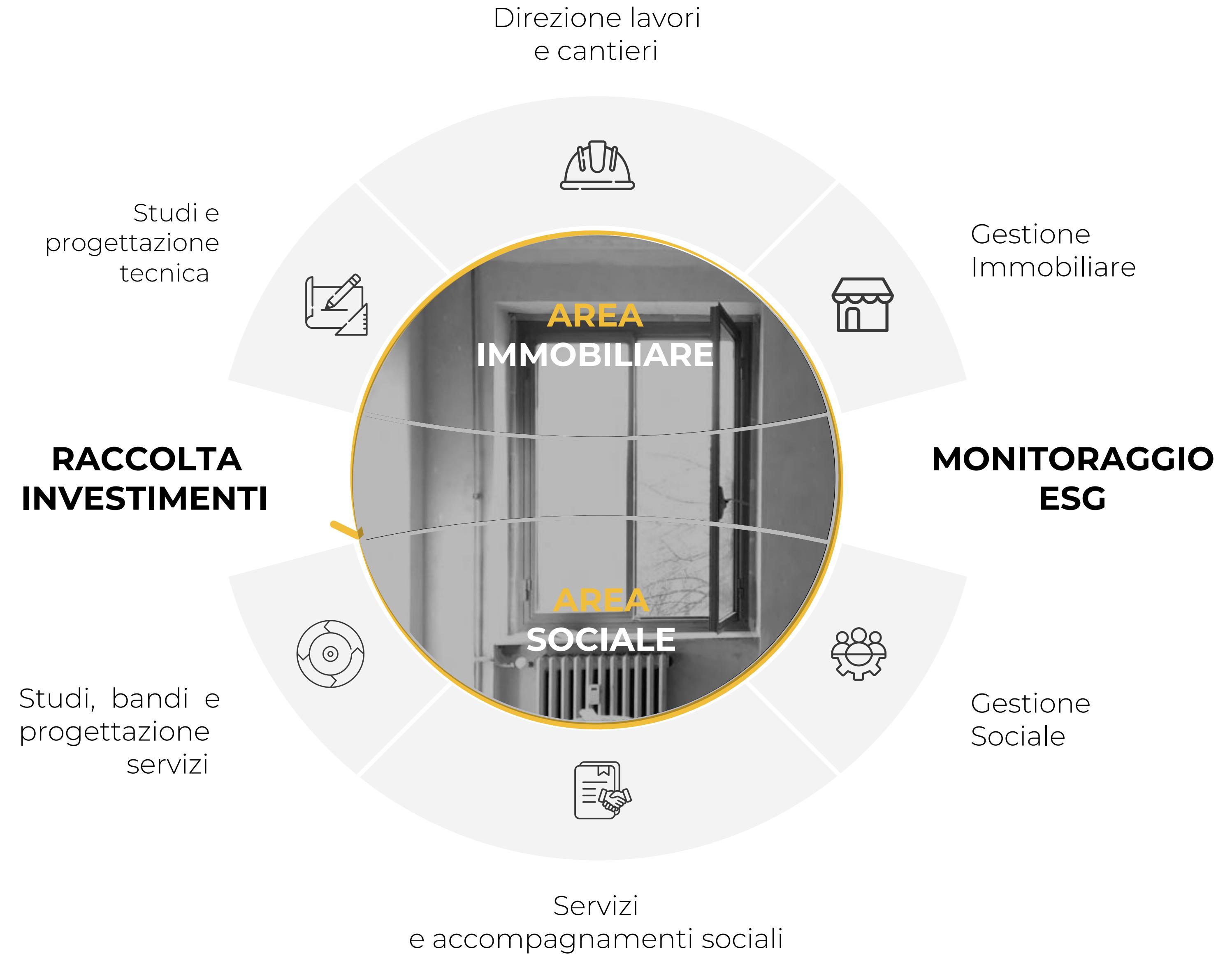
Nel contesto di



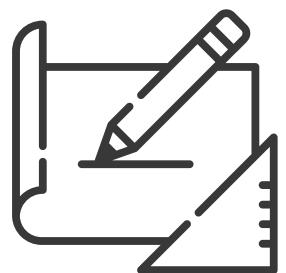
La nostra storia



Le nostre attività



Area immobiliare



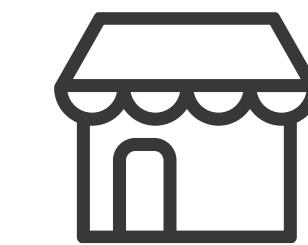
Studi e progettazione tecnica

Ogni intervento parte da una lettura attenta del patrimonio esistente e del contesto territoriale. Analizziamo vincoli normativi, potenzialità dell'immobile, ipotesi di frazionamento e costi di trasformazione, fino allo sviluppo di concept e progetti esecutivi.



Direzione lavori e cantieri

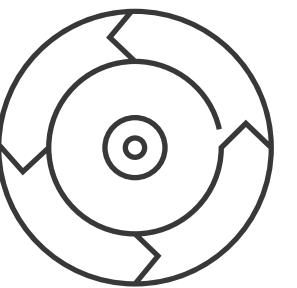
Il nostro team tecnico coordina **la fase di cantiere** garantendo qualità progettuale, controllo sui tempi e sui costi, attenzione alla vivibilità degli spazi e agli standard di sostenibilità.



Gestione immobiliare

Concludiamo ogni operazione attivando un **presidio tecnico costante** che cura la manutenzione ordinaria e straordinaria degli immobili, grazie ai nostri property e facility manager.

Area sociale



Studi, bandi e progettazione servizi

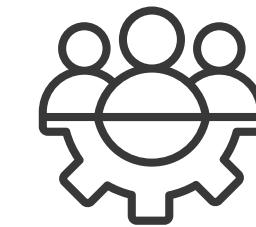
Ricerchiamo soluzioni innovative, costruiamo strategie territoriali e intercettiamo risorse attraverso la partecipazione a bandi e partnership.

Elaboriamo **modelli abitativi sperimentali, linee guida d'intervento e strumenti di valutazione**



Servizi e accompagnamenti sociali

Attiviamo percorsi di empowerment, animazione territoriale e coinvolgimento degli stakeholder anche in contesti dove non gestiamo direttamente gli immobili.



Gestione sociale

Affianchiamo gli inquilini nella **stabilizzazione abitativa**, promuovendo inclusione, autonomia e benessere. Ogni progetto è adattato alle diverse esigenze e supportato da una rete di servizi che valorizzano relazioni e convivenza.

Per chi...

Investitori



Offriamo agli investitori l'accesso diretto a operazioni immobiliari che generano impatto sociale misurabile e ritorni sostenibili. **È possibile investire in Homes4All, partecipare a singoli progetti o diventare partner operativo.**

Privati ed enti pubblici



Ci occupiamo del **reperimento degli immobili**, coordiniamo le ristrutturazioni, e ne curiamo **la gestione tecnica, amministrativa e sociale**.

Comunità



Con Homers, ci occupiamo di **abitare collaborativo**. Accompagniamo gruppi, famiglie e comunità nella creazione di progetti abitativi fondati su condivisione, sostenibilità e legami sociali.

Insight

116 >

Unità abitative
(appartamenti a uso
social housing)

235 >

Beneficiari alloggiati

57 >

Percorsi di
accompagnamento sociale

4



< **49**

Azioni di
rigenerazione
immobiliare

< +**180**

Soci a livello nazionale
e internazionale

- 📍 Social housing **32**
- 📍 Co-housing **10**
- 📍 Housing mix **5**
- 📍 Student housing **2**

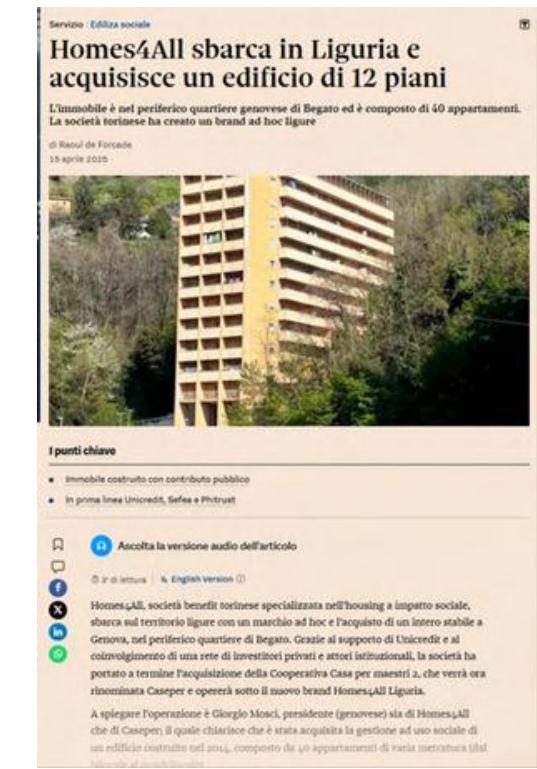
Contributo agli SDG's



Housing Genova

Grazie al coinvolgimento **di una rete di investitori** privati, attori istituzionali e al fondamentale supporto di **Unicredit**, Homes4All ha acquisito la ex **Cooperativa Casa per Mestri 2**, ora Homes4All Genova, e assunto la gestione di uno stabile sito all'interno del quartiere **Begato di Genova**, composto da 40 appartamenti di varia metratura.

Numeri che raccontano non solo un'operazione immobiliare, ma **la validazione di un modello** che unisce capitali privati, istituzioni e terzo settore per generare impatto sociale.



Unità abitative
(appartamenti
ad uso social
housing)

Nuclei familiari
in condizioni di
vulnerabilità

Beneficiari
alloggiati

37

36

92

4

OOOO●



Housing



Social Housing
Falchera (TO)



Social Housing
Barriera di Milano(TO)



Social Co-Housing
La casa solidale(TO)



Social Housing
Borgata Tesso(TO)



Student Housing
Barriera di Milano(TO)



Co-Housing
Borgo Cornalese(TO)



Social Housing
Palazzo Ca' Bianca (TO)



Social Housing
Casa per Maestri(GE)



Co-Housing
Borgo Rossini(TO)



Social Housing
Città vecchia(TA)



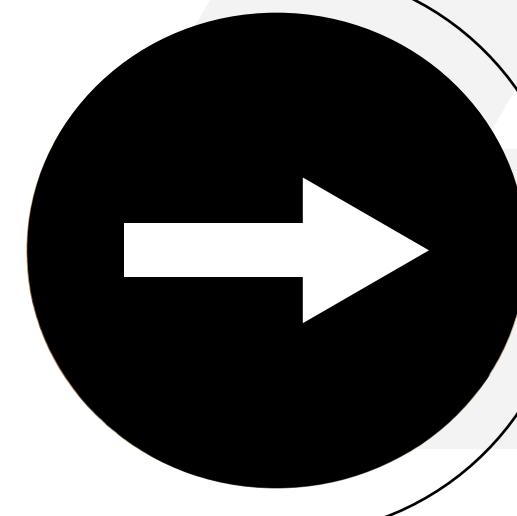
Co-Housing
Buena Vista(TO)



Social Co-Housing
Progetto MULTI(MI)



(Co) Housing First
Barriera di Milano(TO)



Prossimi
progetti...

Prossimi progetti



**Casa per la Pace,
Torino**

Una vecchia scuola materna che verrà riqualificata in uno spazio polivalente, che ospiterà contemporaneamente **uno studentato per atleti del CUS, un Senior Housing e spazi per la didattica**, in collaborazione con la **comunità di Sant'Egidio**.



**Jazzo della Vedova,
Gravina di Puglia**

Uno jazzo, antica stalla rurale nella zona dell'alta murgia, verrà rivalorizzato come **struttura ricettiva di abitare temporaneo** in un ottica di promozione del territorio, di turismo lento e consapevole.



**Cadidavid,
Verona**

L'intervento prevede la realizzazione di un nuovo **Student Housing**. Il nuovo edificio ospiterà 252 posti letto, spazi comuni condivisi sia coperti che scoperti per favorire la socialità e offrire tutti i servizi necessari agli studenti.

Verso il fondo immobiliare

In fase di costituzione: H4A Impact SICAF

- Fondo immobiliare ad impatto sociale ed ambientale
- Classificato “dark green” secondo l'articolo 9 del Regolamento SFDR
- Obiettivo: investire in immobili dismessi o sottoutilizzati per finalità abitative
- Riqualificazione secondo criteri ESG e standard internazionali

Il ruolo di Homes4All

- Promotore dell'iniziativa e ideatore della visione strategica
- Advisor tecnico: selezione immobili, sviluppo, gestione sociale
- Collegamento tra investitori, territorio e impatto sociale

Obiettivi a livello nazionale

- Favorire l'accesso alla casa per persone vulnerabili
- Promuovere rigenerazione urbana e inclusione sociale
- Offrire ritorni finanziari sostenibili e misurabili
- Riqualificazione secondo criteri ESG e standard internazionali

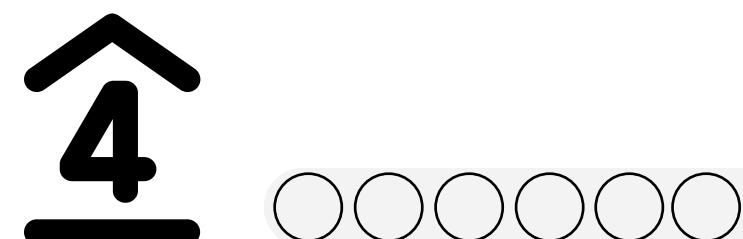
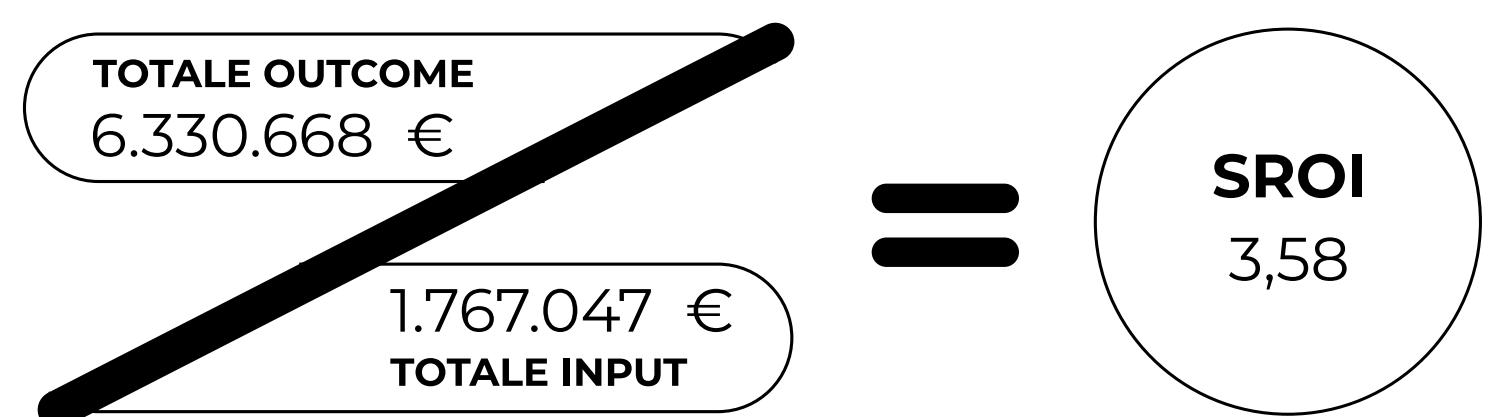
Gli indicatori

Al fine di comprendere, misurare e valorizzare l'impatto economico-sociale generato da Homes4All è stato calcolato l'indice SROI (Social Return on Investment) che rappresenta il ritorno sociale dell'investimento delle attività perpetuate dalla società in un dato periodo di tempo.

La metodologia SROI prevede l'utilizzo di un modello input-output-outcome ed il risultato dell'analisi è dato dal rapporto tra la valorizzazione degli outcome prodotti, ossia la quantificazione economica dei risultati generati, e gli input investiti, ossia i capitali investiti per ottenere tali risultati.

Con riferimento esclusivamente al 2024 si può affermare che Homes4All **ha generato un ritorno sociale di 3,58€ ogni 1,00€ investito.***

SOCIAL
RETURN
ON
INVESTMENT



*Per maggiori informazioni si rimanda alla Relazione d'Impatto 2024 di Homes4All scaricabile dal sito internet.

Il nostro impatto

Stabilità abitativa

Permanenza nella medesima abitazione per almeno tre anni consecutivi.

Empowerment

Attraverso attività di accompagnamento sociale che prevedono la definizione di progetti personalizzati e la sottoscrizione di patti di responsabilità.

Aumento dell'accessibilità

Garantire l'accesso alla casa in termini economici grazie ai canoni agevolati e alla riduzione dei tempi di attesa.

Miglioramento del benessere

Inteso come il superamento di altri disagi, oltre a quello abitativo, seppur correlati.

Saving

Ovvero il risparmio complessivo per la Pubblica Amministrazione rispetto ad altre modalità di assistenza.

Il team



Marco Tabbia
Social Impact
Manager



Matteo Robiglio
Responsabile Sviluppo
Immobiliare



Alessandra Esposito
Direttrice Tecnica



Giorgio Mosci
Presidente



Mario Montalcini
Vice Presidente e CEO



Federico Disegni
Direttore
Generale



Elisa Montervino
Responsabile
Ristrutturazioni



Giorgia Di Cintio
Impact Housing Strategist



Angelo Leto
Property Manager



Mauro Beano
Responsabile
Amministrativo



Alberto Crisafulli
Data e Media
Manager



Guglielmo Taschini
Segreteria Amministrativa



Elena Taliano
Project Coordinator



Giorgia Vaglio
Facility Manager



La rete

Soci fondatori



Mezzanine investor



Partner



Fondazione Impact Housing



Fondazione Impact Housing è un'organizzazione senza scopo di lucro che sostiene **la rigenerazione urbana e l'innovazione sociale**, promuovendo e indirizzando la finanza d'impatto in Europa.

FIH vuole esplicitare le ragioni per cui l'impact housing rappresenta un'opportunità per una nuova generazione di **investitori orientati all'impatto**, al fine di facilitare la diffusione e la replicabilità di questo modello.



European Impact Housing Network

Dal 2024 FIH coordina operativamente l'**EIHN**, una comunità di pratica che unisce attori europei dell'impact housing:
investitori, promotori, enti sociali e gestori.

Abbiamo promosso 20 incontri online e 4 in presenza, strutturato la governance della rete e avviato progettualità congiunte, inclusi dialoghi con fondi immobiliari europei.

Cosa abilita: uno spazio europeo di confronto e progettazione condivisa per rendere l'abitare una leva di impatto sociale a scala continentale.

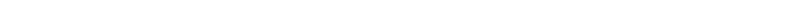


Da 7 a 14 partner in soli 6 mesi





Premi & Stampa





Contatti

Homes4All

Torino

Via Sebastiano Valfrè 16, 1021

Genova

Via Fieschi 6/5, 161

info@homes4all.it
www.homes4all.it

Fondazione Impact Housing

Genova

Via Asilo Garbarino 6/B

www.fondazioneimpacthousing.org
info@fondazioneimpacthousing.org

