Ricerca sugli impatti economici e turistici delle edizioni 2025 delle Fiere del Tartufo di Moncalvo, Montiglio Monferrato, Murisengo Monferrato e San Sebastiano Curone

Ricerca a cura di formules s.r.l.

16 Dicembre 2025

Premessa

Negli ultimi dieci anni il tema della valutazione degli **impatti economici dei grandi eventi enogastronomici** è entrato di prepotenza nell'agenda delle associazioni di categoria, degli amministratori pubblici, degli enti del terzo settore e delle imprese private italiane.

FORMULES S.r.l., società leader nel campo delle valutazioni d'impatto, è stata incaricata dalle ATL del territorio Alexala Scrl e l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Scrl, con il contributo della Camera di Commercio di Alessandria-Asti, nella redazione di una ricerca condotta **in partenariato con Camera di Commercio di Alessandria-Asti, in sinergia con le ATL del territorio Alexala Scrl e l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Scrl** sugli impatti economici e occupazionali di quattro Fiere del Tartufo.

Questa ricerca, già sperimentata con successo per altre fiere internazionali che si tengono in Piemonte, genera due risultati: **aiuta gli enti organizzatori** a ottimizzare la gestione delle risorse a disposizione e **accresce la consapevolezza del sistema economico locale** sulle ricadute che questi eventi assicurano e sull'impatto economico positivo che sono capaci di generare.

Syllabus della ricerca

Nell'ottobre del 2025 la società **FORMULES** è stata incaricata dalle ATL del territorio **Alexala Scrl** e l'**Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Scrl**, con il contributo della **Camera di Commercio di Alessandria-Asti,** a svolgere una analisi di impatto economico e turistico delle fiere di Moncalvo, Montiglio Monferrato, Murisengo Monferrato e San Sebastiano Curone.

L'analisi si sviluppa nei seguenti tre capitoli:

Capitolo 1– Introduzione e contesto di riferimento p. 4

Introduce il contesto di riferimento dell'indagine.

Capitolo 2– Il pubblico delle fiere p.10

Profila i visitatori delle quattro fiere grazie all'elaborazione delle risposte fornite a un questionario somministrato in presenza durante le manifestazioni a **1.143** rispondenti, che hanno risposto per **3.780** visitatori.

Capitolo 3– Impatto economico p. 42

Descrive come la spesa dei visitatori delle quattro fiere e la spesa degli organizzatori stessi ha determinato effetti più ampi sull'economia regionale, distinguendo tra impatti economici diretti, indiretti e indotti.

Capitolo 1.
Introduzione e contesto di riferimento

Introduzione
Il settore enogastronomico in Italia

L'enogastronomia è tra i principali driver che sostengono l'immagine del Belpaese a livello mondiale, insieme alla moda e al turismo (IPSOS, 2021).

Secondo Coldiretti il settore agroalimentare in Italia vale **oltre 707 miliardi di euro**, impiegando oltre 4 milioni di occupati e 700.000 imprese agricole. L'Italia vanta, inoltre, il primato in Unione Europea per valore aggiunto con oltre 42 miliardi di euro nel 2024: non a caso la FAO stima che per ogni euro investito in agricoltura si abbia un ritorno in sviluppo di quattro euro.

Fonti: Made in Italy: cibo prima ricchezza del Paese. Vale 20 finanziarie (Coldiretti, 14 ottobre 2025).

529
vini DOP/IGP

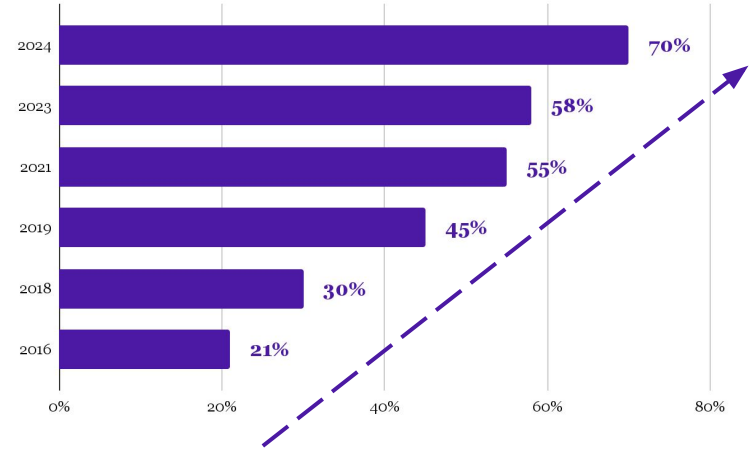
328
Specialità riconosciute DOP/IGP

5·547
prodotti alimentari tradizionali

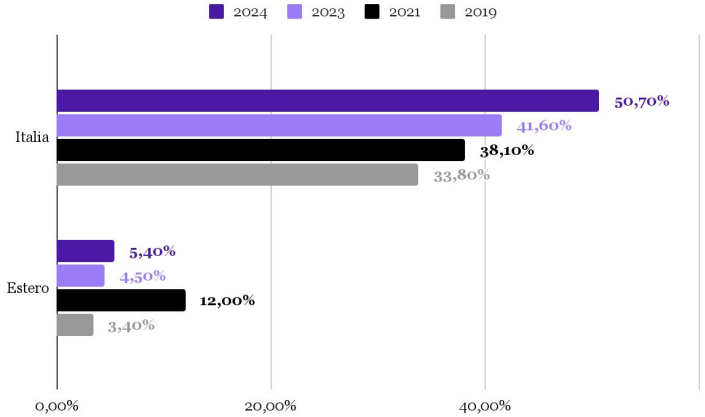
Introduzione
Il turismo enogastronomico in Italia

Il turismo enogastronomico è di conseguenza una delle voci più vitali e versatili nell'economia turistica italiana. Secondo il rapporto annuale 2024 dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, il settore è in costante crescita da anni, trend che si è confermato anche nel 2024 con un +49% rispetto al 2016, per un totale di 14,5 milioni di visitatori interessati.

Crescita dei turisti enogastronomici italiani. % sul totale.



Turisti con motivazione primaria l'enogastronomia



Fonti: Rapporto Turismo Enogastronomico 2024, Associazione Italiana Turismo Enogastronomico.

Introduzione
Il turismo enogastronomico in Italia

Negli ultimi anni l'enogastronomia ha assunto un ruolo sempre più centrale nelle scelte di viaggio dei turisti. **Quella che un tempo era considerata una componente accessoria – per quanto imprescindibile – dell'esperienza turistica, si è progressivamente trasformata in un motore autonomo di attrazione, spesso alto spendente**. L'offerta culinaria, nelle sue molteplici declinazioni, ha saputo infatti rinnovarsi e diversificarsi, ampliando forme, modalità e luoghi di fruizione: dalle esperienze immersive a stretto contatto con i produttori, ai percorsi di degustazione tematici, fino agli eventi che celebrano tradizioni locali e innovazione gastronomica.

In questo scenario **il segmento dei festival enogastronomici ha occupato una posizione di rilievo, affermandosi come il principale protagonista del turismo culinario nel 2024, con una quota di mercato pari al 31%**. Si tratta di una crescita che conferma il forte interesse dei viaggiatori per eventi capaci di coniugare cibo, cultura e socialità, e di offrire occasioni di scoperta autentiche e memorabili.

La letteratura accademica internazionale riconosce nei **festival e negli eventi enogastronomici un caso emblematico dell'economia esperienziale applicata al turismo**: essi trasformano il "prodotto turistico" in un insieme di significati, emozioni e pratiche partecipative. L'aumento esponenziale del numero di manifestazioni legate al cibo e alle bevande non è soltanto un indicatore di tendenza, ma testimonia come il patrimonio enogastronomico sia diventato un linguaggio privilegiato attraverso cui i visitatori entrano rapidamente in relazione con i territori, le comunità e le loro tradizioni.

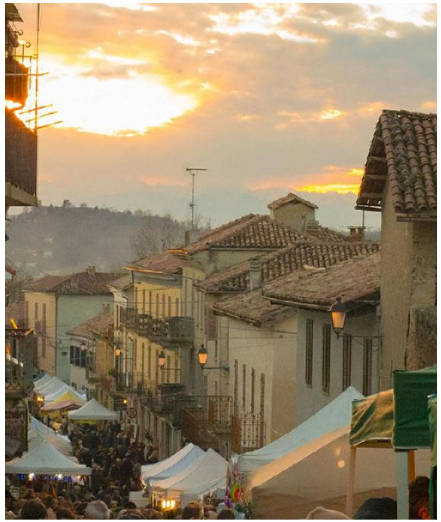
Fonte: Turismo Enogastronomico: numeri, trend e la sfida italiana su strategia e digitale (BTO, 17 ottobre 2025).

Le fiere oggetto dell'indagine

Ai fini dell'indagine sono state selezionate, dai committenti della ricerca, le seguenti quattro fiere:

Montiglio Monferrato
(AT)
05/10 e 12/10
c.a. 7.000 visitatori
82 espositori

Moncalvo
(AT)
19/10, 25/10 e 26/10
c.a. 9.000 visitatori
170 espositori



Murisengo Monferrato
(AL)
16/11 e 23/11
c.a. 18.000 visitatori
120 espositori

San Sebastiano Curone
(AL)
16/11 e 23/11
c.a. 9.000 visitatori
170 espositori

Nota: la stima sulle presenze è stata condivisa dagli organizzatori sulla base di fonti diverse (agganci alle celle telefoniche, dati storici, pernottamenti e presenze nei luoghi di ristorazione etc…) ed esclude i residenti.

I comuni ospitanti le fiere oggetto dell'indagine

Fiera	Abitanti (2025)	Offerta ricettiva	Arrivi e Presenze (2024)
Montiglio Monferrato (AT)	1.478	1 albergo 3 agriturismi	212 arrivi 542 presenze
Moncalvo (AT)	2.274	2 alberghi 1 campeggio 5 b&b 5 agriturismi 6 locazioni turistiche	5.816 arrivi 15.260 presenze
Murisengo Monferrato (AL)	1.260	1 albergo 1 locazione turistica 1 agriturismo 1 b&b	689 arrivi 1.172 presenze
San Sebastiano Curone (AL)	553	4 b&b 2 agriturismi Case di villeggiatura*	2.900 presenze*

Fonti: Bilancio demografico mensile 2025 (ISTAT); Tavole Turismo 2014–2024; Comune di Montiglio Monferrato, Comune di Murisengo Monferrato;
**ISTAT non fornisce i dati per il Comune di San Sebastiano Curone, il quale ha fornito una stima per il 2025 di circa 2.900 pernottamenti in 4 B&B, 2 agriturismi e case di villeggiatura.*

Capitolo 2.
Il pubblico delle fiere

Metodologia e campione di riferimento

Il questionario somministrato in forma di intervista *face to face* ai ***turisti*** (coloro che hanno pernottato nel territorio) e agli ***escursionisti*** (quanti hanno visitato in giornata, senza pernottare, le fiere), predisposto in italiano ed inglese, è stato suddiviso in **5 sezioni**:

1. **Profilazione del visitatore** (genere, età, provenienza, titolo di studio e occupazione): 5 domande
2. **Tipologia di visitatore** (turisti vs escursionisti): 1 domanda
3. **Modello di fruizione del soggiorno** (es. tipo di accommodation, gruppo, spostamenti): 3 domande
4. **Spesa giornaliera pro-capite**: 1 domanda suddivisa in 9 categorie di spesa
5. **Gradimento della fiera**: 2 domande

I questionari sono stati raccolti sul campo, attraverso 2 giornate di rilevazione per ciascuna fiera. La somministrazione è avvenuta sia intercettando direttamente i partecipanti che distribuendo QR code collegati al questionario. La prima modalità di somministrazione, quindi l'approccio diretto al visitatore, si è rivelata di gran lunga la più efficace.

Il questionario era indirizzato ad intercettare pubblico non residente al fine del calcolo dell'impatto economico sul territorio.

Metodologia e campione di riferimento

1.143
Questionari raccolti

- Corrispondenti a **3.780** partecipanti.

di cui

267
Montiglio Monferrato

- Questionari raccolti il 05/10 ed il 12/10

298
Moncalvo

- Questionari raccolti il 19/10 ed il 26/10

254
Murisengo Monferrato

- Questionari raccolti il 16/11 ed il 23/11

324
San Sebastiano Curone

- Questionari raccolti il 16/11 ed il 23/11

Nota: Le interviste hanno intercettato 109 residenti, i quali sono stati esclusi dall'analisi di impatto economico il cui focus è esclusivamente su turisti ed escursionisti. Tali rispondenti hanno comunque fornito informazioni utili ai fini dell'analisi, in particolare per quanto concerne il gradimento delle manifestazioni.

Sintesi delle evidenze emerse

Montiglio Monferrato	Moncalvo	Murisengo	San Sebastiano Curone
Le fasce d'età più rappresentate sono **55-64 anni** (26%) e over 65 (25%).	A Moncalvo la fascia d'età più rappresentata è quella dei **25-34 anni** (25%).	A Murisengo le fasce d'età più rappresentate sono **45-54 anni** (23%) e **55-64 anni** (20%).	A San Sebastiano le fasce d'età più rappresentate sono **55-64** anni (27%) e **over 65** (20%).
I visitatori piemontesi provengono dalle province di **Torino (79%)** e **Biella (16%)**; tra quelli provenienti dal resto d'Italia il 70% viene dalla Lombardia. Gli arrivi dall'estero sono ascrivibili al 45% dalla **Svizzera**, al 18% dal **Belgio**, e al 9% rispettivamente da **Germania**, **Francia** e **Paesi Bassi.**	I visitatori piemontesi provengono dalle province di **Torino (75%)** e **Biella (25%)**; tra gli altri italiani la regione più rappresentata è la Lombardia. Gli arrivi dall'estero sono imputabili al 46% dalla **Svizzera** e al 20% dalla **Germania**, seguiti da Francia, Belgio, Paesi Bassi e Regno Unito.	I visitatori piemontesi provengono dalla provincia di **Torino (82%)** e da quella di **Vercelli (18%)**; tra gli altri italiani la regione più rappresentata è la Lombardia (44%). I visitatori dall'estero provengono tutti dalla **Svizzera.**	I visitatori piemontesi provengono per il 57% dalla provincia di **Alessandria,** il 29% da quella di **Verbano-Cusio-Ossola;** tra le altre regioni italiane la **Lombardia** rappresenta il 91% dei visitatori. I visitatori dall'estero provengono al 67% dalla **Svizzera** e al 17% dalla **Germania.**
Prevalgono gli **escursionisti** (**78%**), tra i turisti il 20% è costituito da stranieri.	Prevalgono gli **escursionisti** (**79%**), tra i turisti il 43% proviene dall'estero.	Prevalgono gli **escursionisti** (**88%**), tra i turisti il 96% è italiano.	Prevalgono gli **escursionisti** (88%), tra i turisti il 17% è straniero.
La spesa media pro capite giornaliera per i **turisti** è di **322,83 €**, per gli **escursionisti** è di **120,66 €.**	La spesa media pro capite giornaliera per i **turisti** è di **386,61 €**, per gli **escursionisti** è di **135,52 €.**	La spesa media pro capite giornaliera per i **turisti** è di **563,38 €**, per gli **escursionisti** è di **164,84 €.**	La spesa media pro capite giornaliera per i **turisti** è di **276,58 €,** per gli **escursionisti** è di **190,60 €.**

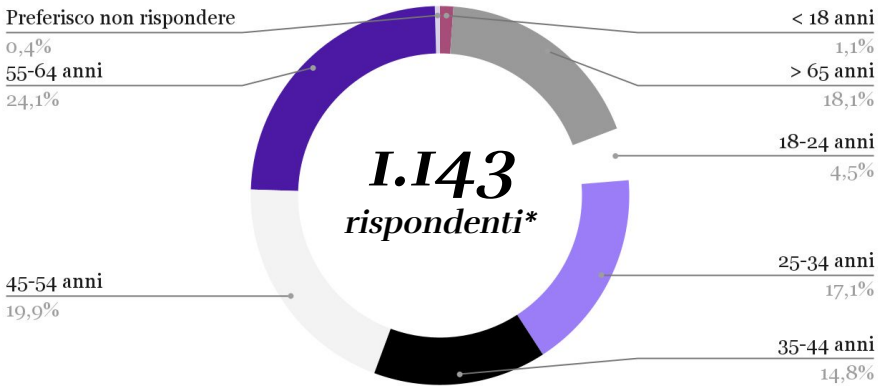
Il pubblico
Profilazione anagrafica

Il pubblico delle quattro fiere si colloca principalmente nelle fasce d'età comprese tra i **45–54 (20%), 55–64 (24%)** e **over 65 anni (18%).**

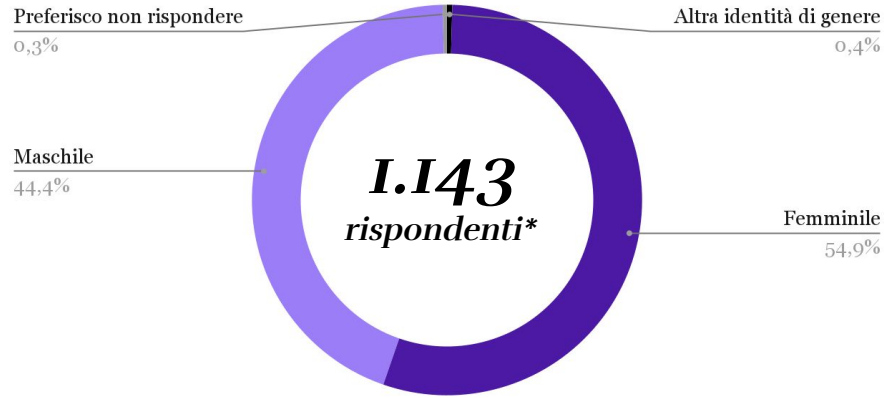
Tuttavia i visitatori della Fiera di Moncalvo appartengono a fasce d'età più basse, con il 25% dei rispondenti che dichiara tra i 25 ed i 34 anni, unitamente alla Fiera di Murisengo, che attrae la quota più elevata (6,3%) di giovanissimi (18–24).

La **distribuzione di genere nel campione è equilibrata**, con una prevalenza di rispondenti di genere femminile a livello aggregato nel campione (55%). In generale le donne hanno accettato di farsi intervistare più volentieri e sono state molto più collaborative e gentili dei maschi.

Età



Genere



Nota: 1.143 rispondenti sono tutti i visitatori intercettati nelle Fiere.

Il pubblico
Occupazione e livello di istruzione

Il 50% del pubblico intervistato possiede un **diploma,** mentre il **37%** vanta almeno **una laurea universitaria.** La Fiera di San Sebastiano Curone attrae il maggior numero di persone con livelli di istruzione elevata (il 9% ha conseguito un master o un dottorato).

I rispondenti sono principalmente **dirigenti, quadri o impiegati** (35%), con Murisengo che presenta la quota maggiore di questi ultimi (pari al 42%) e liberi professionisti (23%).

Data l'elevata componente di over 55, **un visitatore su 5 è in pensione,** con un picco a Montiglio Monferrato, dove oltre il 27% dei visitatori intervistati risulta ritirato dal lavoro.

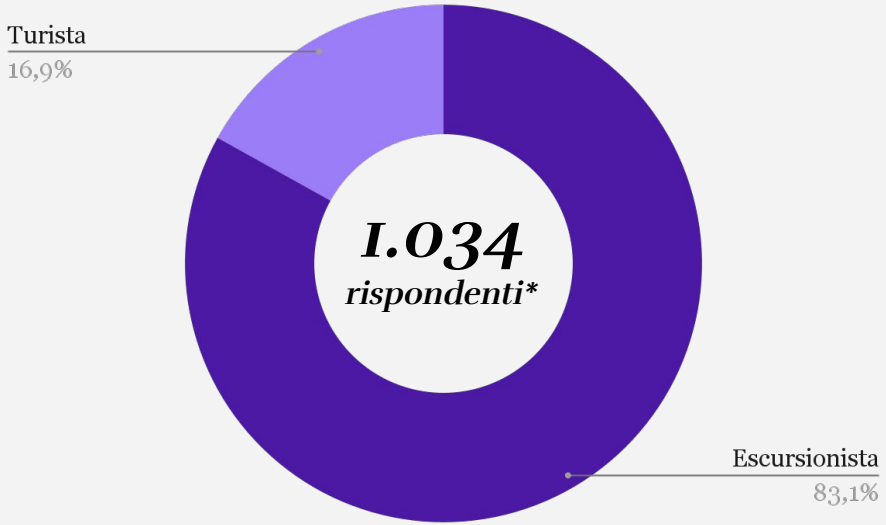
Occupazione	%
Altro indipendente	4,99%
Dirigente, quadro e impiegato	34,65%
Imprenditore e libero professionista	23,10%
In altra condizione (diversa da ritirato dal lavoro)	2,10%
In cerca di occupazione	1,05%
Operaio e assimilato	10,85%
Ritirato dal lavoro	18,99%
Studente	4,29%
Totale	**100% (1.143)**

Ultimo titolo di studio conseguito	%
Diploma	49,52%
Dottorato / Master / Scuola di Specializzazione	5,16%
Laurea universitaria / Diploma Accademia	32,46%
Licenza elementare / Nessun titolo di studio	1,05%
Licenza media	11,81%
Totale	**100% (1.143)**

Il pubblico
Turisti ed escursionisti

L'83% dei visitatori ha visitato le fiere in giornata, il 17% ha soggiornato almeno una notte sul territorio.

Comportamento di visita: turisti ed escursionisti



Nota: 1.034 sono gli intervistati non residenti nei 4 Comuni oggetto dello studio, identificabili come turisti ed escursionisti.

Il pubblico
Turisti ed escursionisti: una panoramica

** Nota: come precedentemente spiegato, l'analisi esclude i residenti dei comuni delle quattro Fiere, che non sono stati conteggiati nella tabella sinottica.*

Fiera	Tipologia di visitatore	Numero	% Piemonte*	% Altre regioni in Italia	% Estero
Moncalvo	Turista	55	7,27%	49,09%	43,64%
	Escursionista	210	58,10%	40,48%	1,43%
Montiglio Monferrato	Turista	56	33,93%	46,43%	19,64%
	Escursionista	200	87,50%	12,00%	0,50%
Murisengo	Turista	28	39,29%	57,14%	3,57%
	Escursionista	201	80,60%	18,91%	0,50%
San Sebastiano Curone	Turista	36	19,44%	63,89%	16,67%
	Escursionista	248	50,00%	47,98%	2,02%
		1.034			

I dati profilano visitatori molto diversi: Moncalvo spicca per la forte presenza di individui provenienti da altre regioni e dall'estero; Montiglio Monferrato e Murisengo si affermano come fiere "di prossimità", frequentate in larga parte da piemontesi. San Sebastiano Curone occupa una posizione intermedia, con una buona capacità di attrarre pubblico extra-regionale, pur mantenendo una solida base piemontese.

Il pubblico di Moncalvo
Turisti ed escursionisti

MONCALVO

Fiera	Tipologia di visitatore	N	Da altre regioni italiane	Da regione Piemonte	Dall'estero	Totale
Moncalvo 19/10 e 26/10	Turista	55 (20,7%)	49,09%	7,27%	43,64%	100%
	Escursionista	210 (79,3%)	40,48%	58,10%	1,43%	100%
	Totale	265 (100%)				

A Moncalvo **il 21% dei visitatori è rappresentato da turisti; quasi la metà (47%) ha pernottato nella comune stesso**, una percentuale che denota la consistenza della capacità ricettiva del centro astigiano.

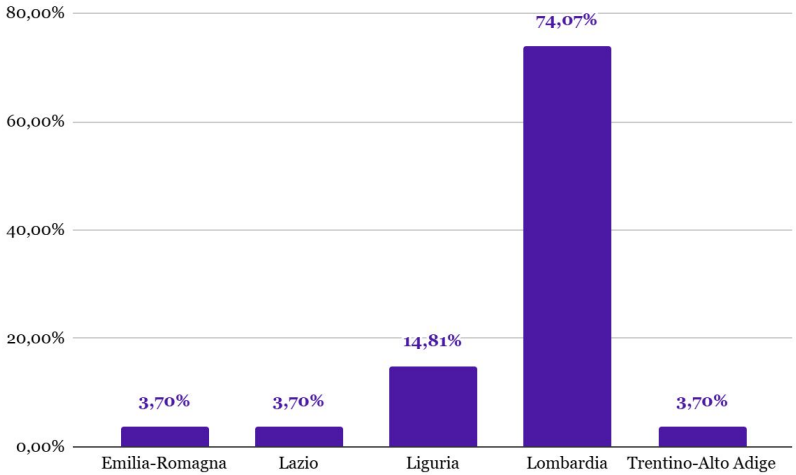
Questa percentuale è più elevata rispetto a quanto accade nelle altre fiere, anche se tale elemento potrebbe essere spiegato dal fatto che il comune di Moncalvo ospita un'altra fiera capace di attrarre un pubblico non locale, quella del Bue Grasso, elemento che negli anni potrebbe aver contribuito alla costruzione di una maggiore capacità ricettiva.

Inoltre, la fiera di Moncalvo presenta la quota di turisti esteri più consistente, palesando una spiccata vocazione internazionale.

Il pubblico di Moncalvo

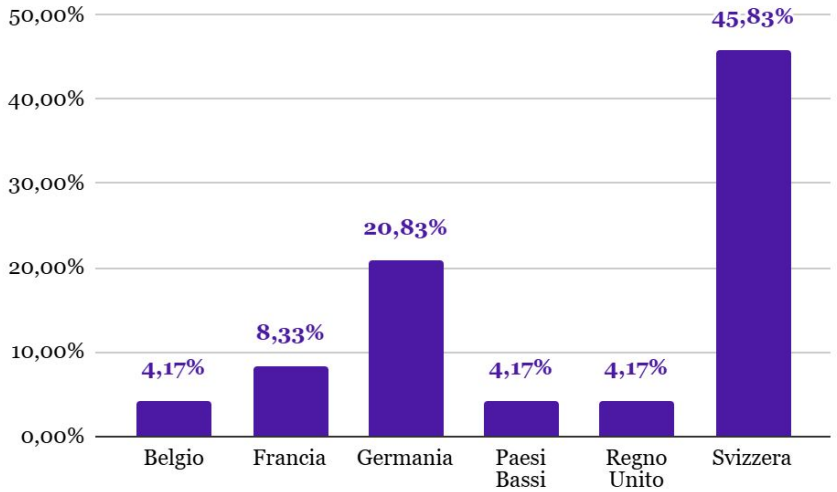
Turisti

Turisti italiani (31)
Regioni di provenienza



I turisti italiani non piemontesi provengono per il **74%** dalla Lombardia e per il **14,8%** dalla Liguria. Inoltre, i turisti piemontesi provengono per il 75% dalla provincia di Torino ed il restante 25% da quella di Biella.

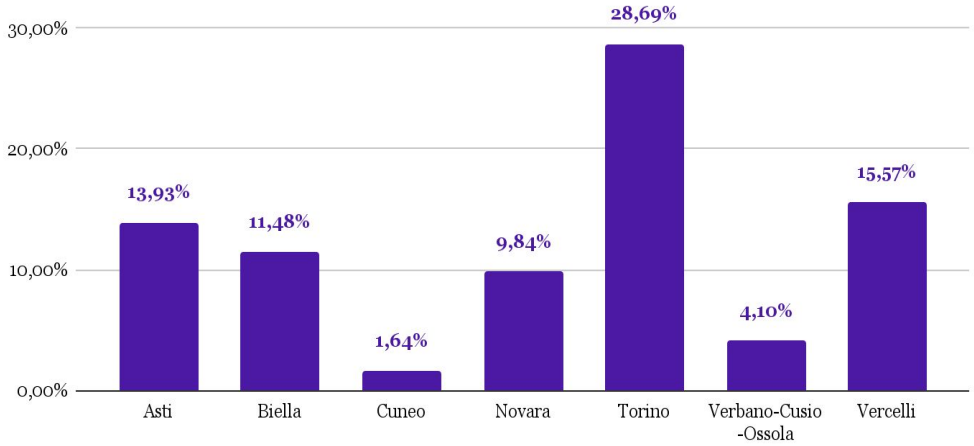
Turisti stranieri (24)
Stato di provenienza

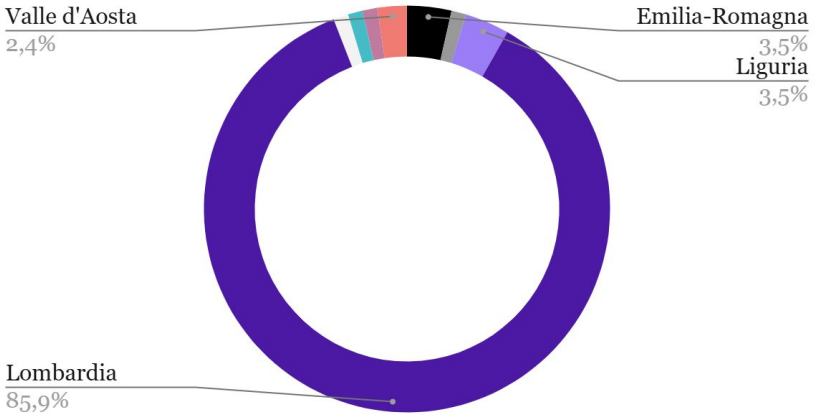


I turisti stranieri provengono principalmente da Svizzera **(46%)**, Germania **(21%)** e Francia **(8%).**

Il pubblico di Moncalvo
Escursionisti

Escursionisti italiani (207) e stranieri (3)





Il **28%** degli escursionisti piemontesi proviene dalla provincia di **Torino**, seguita da quelle di Vercelli (15%), Asti (14%) e Biella (12%.
I **3 escursionisti stranieri** intervistati sono giunti dalla **Svizzera (2) e dalla Germania (1).**

L'86% degli escursionisti italiani non piemontesi è lombardo, con minime incidenze dei visitatori arrivati dalla Liguria, dalla Valle d'Aosta e dall' Emilia Romagna, le regioni più prossime.

Il pubblico di Montiglio Monferrato

Turisti ed escursionisti

MONTIGLIO MONFERRATO

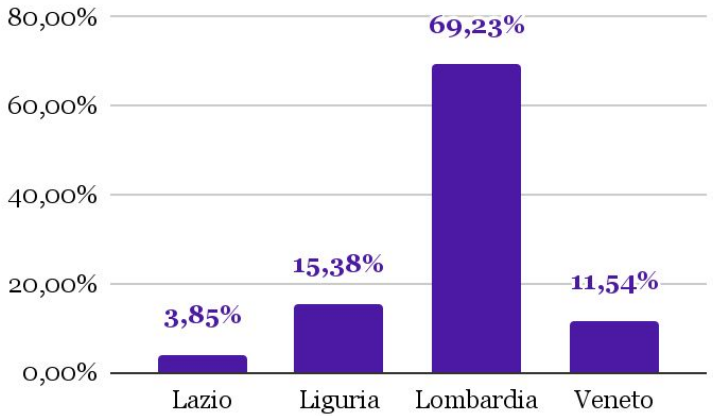
Fiera	Tipologia di visitatore	N	Altre regioni in Italia	Regione Piemonte	Estero	Totale
Montiglio Monferrato 05/10 e 12/10	Turista	56 (21,8%)	46,43%	33,93%	19,64%	100%
	Escursionista	200 (78,2%)	12,00%	87,50%	0,50%	100%
	Totale	256 (100%)				

A Montiglio **il 22% dei visitatori è costituito da turisti; di questi uno su cinque ha pernottato nel territorio del comune**. Alcuni dei restanti turisti hanno pernottato nei comuni delle altre fiere, quali Murisengo e Moncalvo.

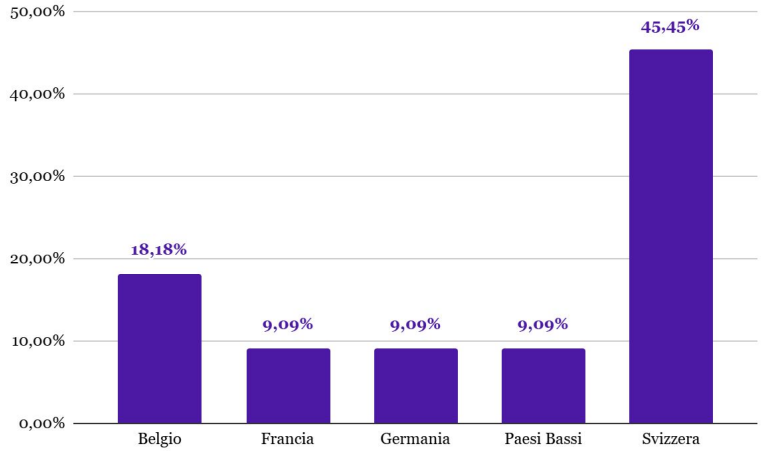
Il pubblico di Montiglio Monferrato

Turisti

Turisti italiani (45)
Regioni di provenienza



Turisti stranieri (11)
Stato di provenienza



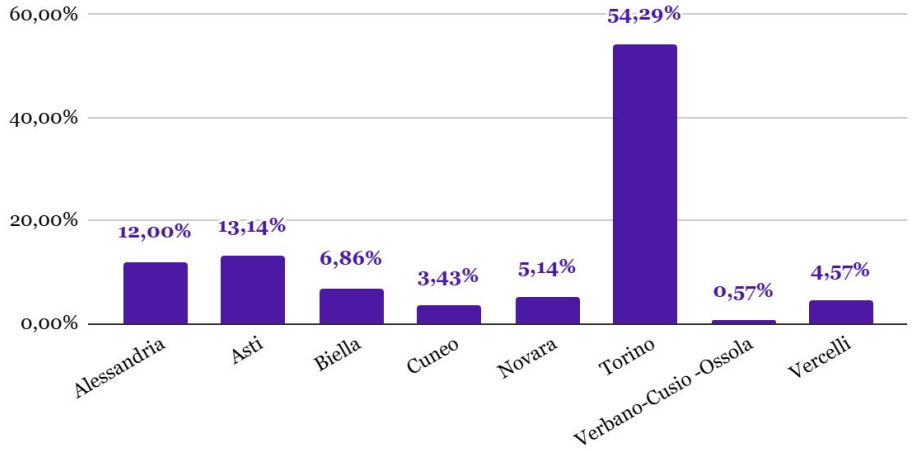
I turisti italiani non piemontesi provengono per il **70%** dalla Lombardia, seguono Liguria (**15,4%)** e Veneto (**12%**). Inoltre i turisti piemontesi raggiungono la destinazione dalla provincia di Torino (80%), Biella (15%) ed Asti (5%).

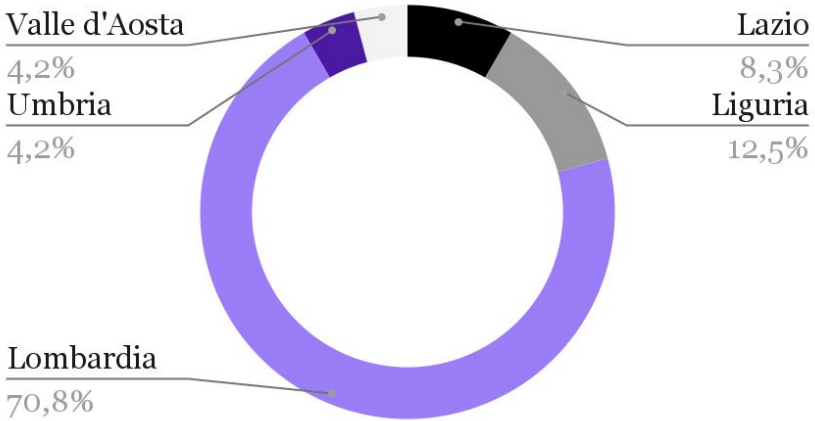
I turisti stranieri, più diversificati rispetto a quelli incontrati a Moncalvo, provengono principalmente dalla Svizzera **(45%)**, Belgio **(18%)**, Francia, Germania e Paesi Bassi **(tutti al 9%).**

Il pubblico di Montiglio Monferrato

Escursionisti

Escursionisti italiani (199) e stranieri (1)





Oltre la metà **(54%)** degli escursionisti piemontesi proviene dalla provincia di **Torino,** seguita da Asti (13%) e Alessandria (12%).
L'unico **escursionista straniero** intervistato veniva dalla **Germania.**

Oltre il 70% degli escursionisti italiani non piemontesi è giunto dalla Lombardia. **Degna di nota la presenza di un consistente numero di escursionisti arrivati dall'Umbria e dal Lazio**.

Il pubblico di Murisengo Monferrato

Turisti ed escursionisti

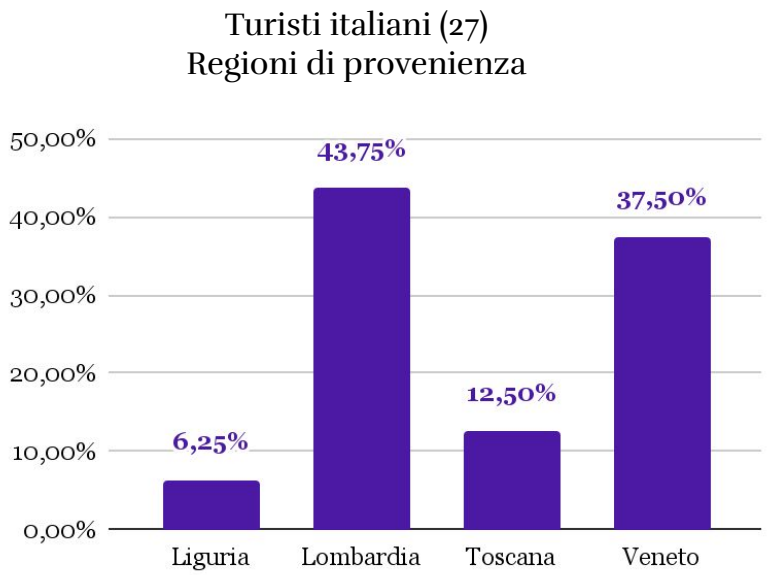
Fiera	Tipologia di visitatore	N	Da altre regioni in Italia	Da regione Piemonte	Dall'estero	Totale
Murisengo Monferrato 16/11 e 23/11	Turista	28 (12,2%)	57,14%	39,29%	3,57%	100%
	Escursionista	201 (87,8%)	18,91%	80,60%	0,50%	100%
	Totale	229 (100%)				

A Murisengo, il **12% dei visitatori è costituito da turisti:** un dato inferiore rispetto a quello rilevato nelle altre Fiere, ma molto simile a quanto registrato a San Sebastiano Curone. Di questi, **il 39% ha pernottato a Montiglio Monferrato**. Tale fenomeno è ascrivibile al fatto che le due località sono vicinissime (distano meno di 6 km) e i turisti tendono a distribuirsi nelle strutture ricettive presenti nei due comuni, in funzione della disponibilità ricettiva.

Rispetto alle altre Fiere, Murisengo esprime la percentuale più bassa di turisti esteri (3,5%).

Il pubblico di Murisengo

Turisti

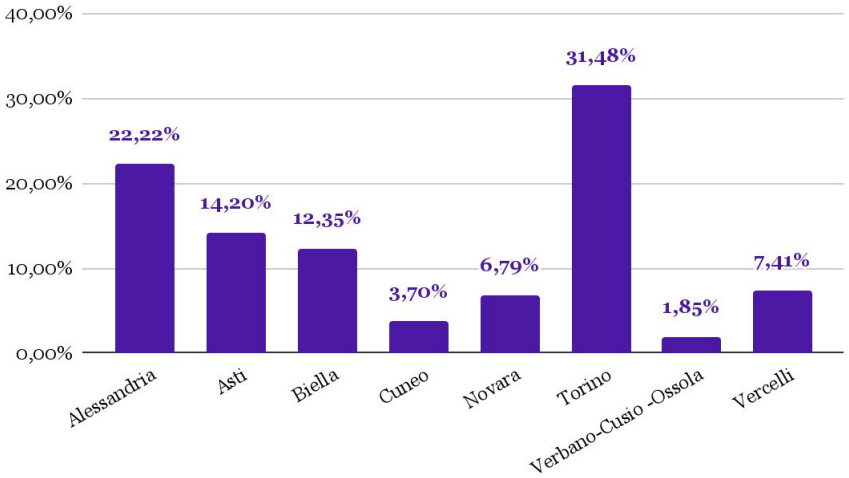


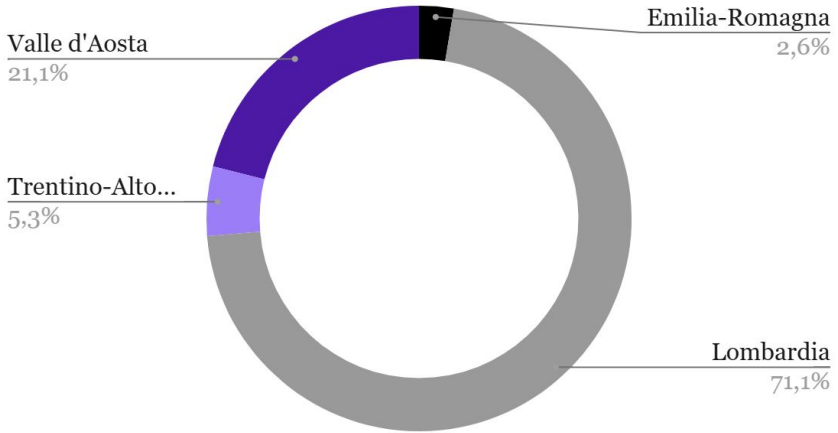
I turisti italiani non piemontesi provengono per il **44%** dalla Lombardia e per il **38%** dal Veneto. Inoltre, i turisti piemontesi sono per l'82% torinesi e per il 18% vercellesi. Per quanto concerne gli stranieri, l'unico turista straniero intervistato proviene dalla **Svizzera.**

Il pubblico di Murisengo Monferrato

Escursionisti

Escursionisti italiani (200) e stranieri (1)





Il **31%** degli escursionisti piemontesi è arrivato dalla provincia di **Torino,** seguita da quelle di Alessandria (22%), Asti (14%) e Biella (12%).
L'unico **escursionista straniero** intervistato è giunto dalla **Francia.**

Oltre il **70%** degli escursionisti italiani non piemontesi viene dalla **Lombardia**. Degno di nota un nucleo di escursionisti del **Trentino Alto Adige,** l'unico rilevato nelle 4 fiere.

Il pubblico di San Sebastiano Curone

Turisti ed escursionisti

Fiera	Tipologia di visitatore	N	Da altre regioni in Italia	Da regione Piemonte	Dall'estero	Totale
San Sebastiano Curone 16/11 e 23/11	Turista	36 (12,7%)	63,89%	19,44%	16,67%	100%
	Escursionista	248 (87,3%)	50,00%	47,98%	2,02%	100%
	Totale	284				

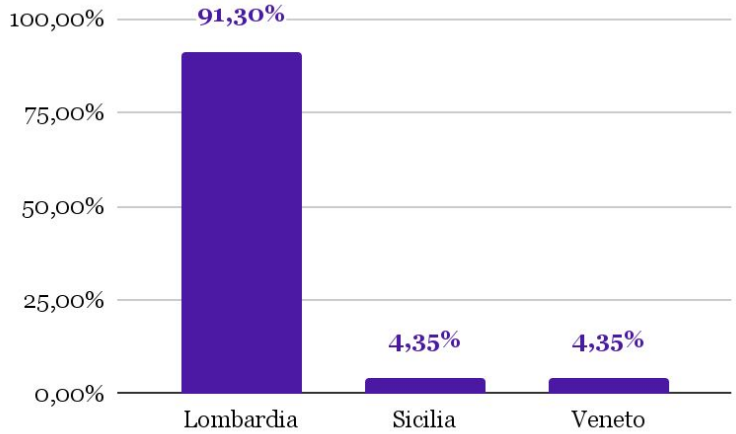
A San Sebastiano Curone solamente **il 12% dei visitatori è rappresentato da turisti.** Di questi, **il 66% ha pernottato entro i confini comunali**, rappresentando il dato più elevato di turisti pernottanti nella località di svolgimento della Fiera. I turisti hanno pernottato in B&B, ospitati da amici e parenti, in case di proprietà e, più raramente, in albergo.

Interessante è il rapporto di semi parità vigente tra gli escursionisti piemontesi e provenienti da altre regioni d'Italia, distribuiti in maniera più omogenea rispetto alle altre Fiere. Inoltre, San Sebastiano Curone presenta la percentuale più elevata di turisti provenienti da altre regioni d'Italia, pari a oltre il 63%.

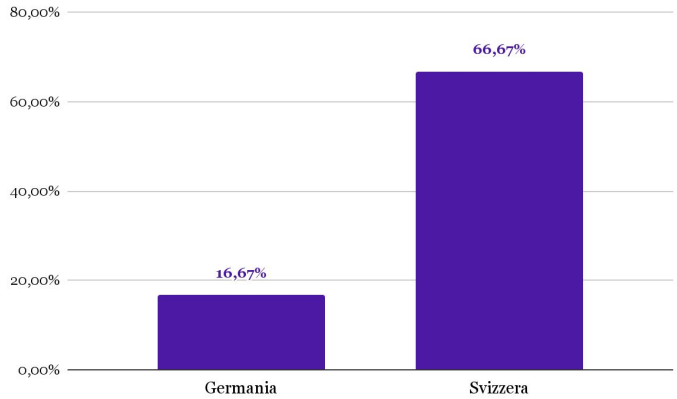
Il pubblico di San Sebastiano Curone

Turisti

Turisti italiani (30)
Regioni di provenienza



Turisti stranieri (6)
Stato di provenienza



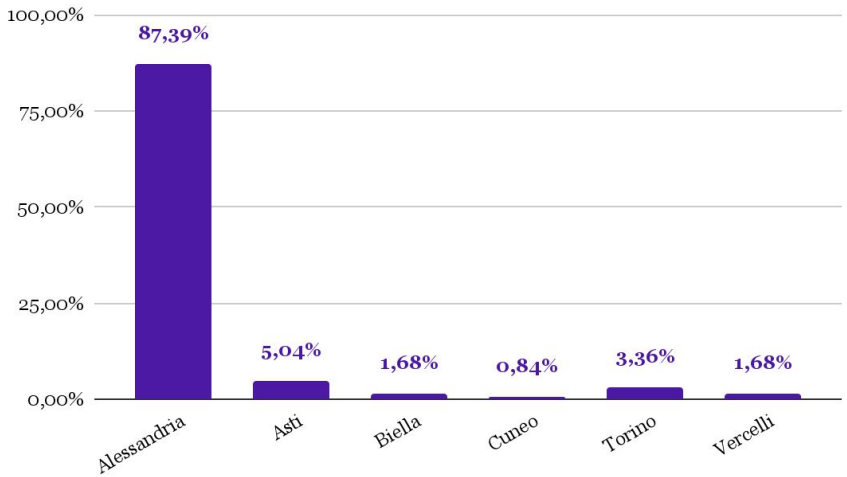
I turisti italiani non piemontesi provengono per il **90%** dalla **Lombardia**. Va sottolineata la capacità di San Sebastiano di attrarre turisti da regioni lontane come la Sicilia. Non sono stati trovati turisti provenienti dalla provincia di Torino, un dato in controtendenza rispetto alle altre Fiere; numerosi invece i **turisti piemontesi giunti dalla provincia di Alessandria (48%), Verbano Cusio Ossola (27%) e Novara (14%)**.

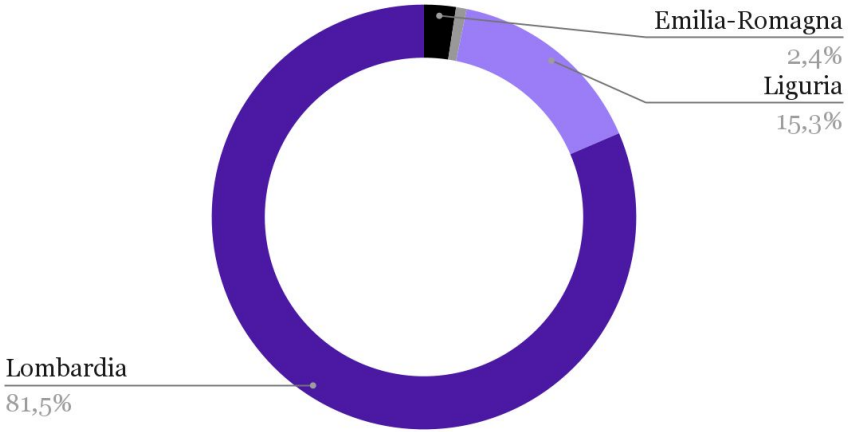
Dei 5 turisti internazionali intervistati, 4 provengono dalla **Svizzera** e uno dalla **Germania**.

Il pubblico di San Sebastiano Curone

Escursionisti

Escursionisti italiani (243) e stranieri (5)





Quasi il **90%** degli escursionisti piemontesi arriva dalla provincia di **Alessandria,** evidenziando la presenza di un pubblico in larga misura provinciale.
I **5 escursionisti stranieri** intervistati provengono dalla **Svizzera** e dai **Paesi Bassi.**

Oltre l'**80%** degli escursionisti italiani non piemontesi viene dalla **Lombardia**.

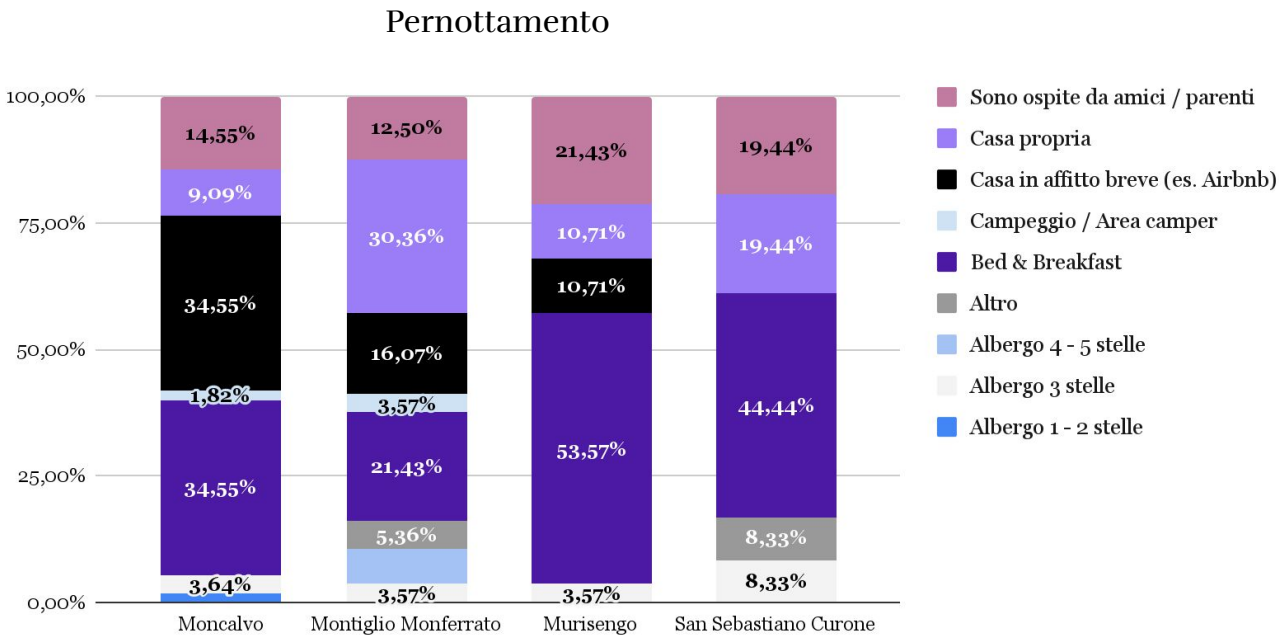
Il pubblico
Soggiorno

*Il campione dei turisti presenta un soggiorno medio pari a **2,2 giorni.***

Comportamenti di viaggio
Pernottamento

Nota: il campione dei turisti comprende 175 risposte, di cui 55 a Moncalvo, 56 a Montiglio Monferrato, 28 a Murisengo Monferrato e 36 a San Sebastiano Curone.

La quota di visitatori ospiti di amici e parenti è elevata in ognuna delle fiere (>10%). I **B&B** rappresentano la tipologia di alloggio prevalente (tra il 21% ed il 53%). A Moncalvo il 35% dei visitatori ha soggiornato in case ad affitto breve, una soluzione che invece non è stata utilizzata a San Sebastiano Curone, probabilmente in virtù della ridotta offerta ricettiva locale. Interessante notare come a **Montiglio Monferrato** 1 visitatore su 3 abbia soggiornato in una **casa di proprietà**.



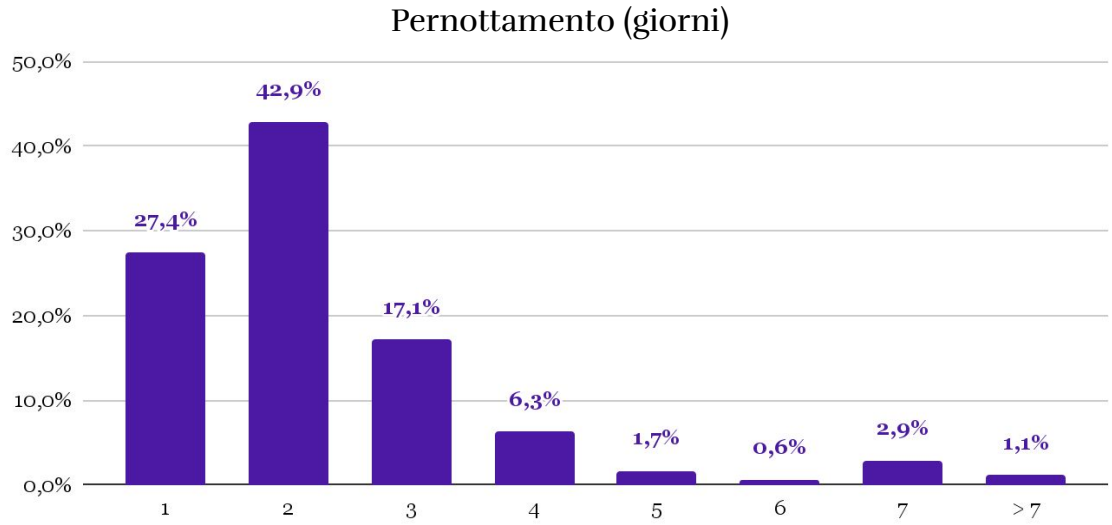
Comportamenti di viaggio
Pernottamento

Il **42%** dei rispondenti ha trascorso **due notti** lontano dalla propria residenza. La causa principale è imputabile al fatto che tutte le Fiere si sono tenute il sabato o la domenica, incentivando i visitatori a trascorrere il weekend sul territorio.

I turisti che soggiornano più di 2 notti sono il 33% tra i turisti di **Montiglio Monferrato**, il 41% tra i turisti di **Moncalvo,** il 27% tra i pernottanti a **San Sebastiano Curone.**

Montiglio e Moncalvo hanno attirato turisti che hanno soggiornato in loco anche per 5– 7 giorni.

Il soggiorno medio del campione ammonta a **2,2 notti.**



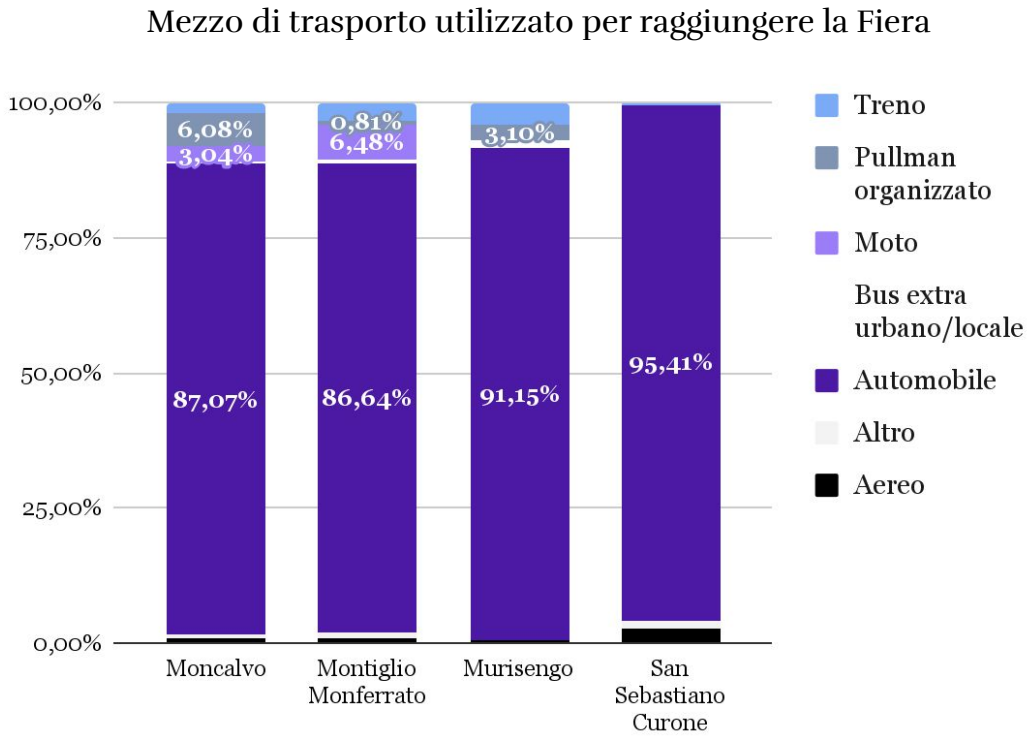
Osservando i visitatori italiani ed esteri, il campione tricolore soggiorna mediamente per **1,88 notti,** contro le **2,9 degli stranieri.**

Comportamenti di viaggio

Modalità di viaggio

Oltre il **90%** dei rispondenti ha raggiunto le Fiere con **l'automobile,** (quota che supera il 95% per la fiera di San Sebastiano Curone) il 2,4% con la moto ed il 2,5% con pullman organizzati.

In particolare presso la Fiera di **Moncalvo** sono stati individuati **numerosi visitatori giunti con pullman organizzati (6%),** provenienti dalla provincia di Vercelli e dalla Lombardia.

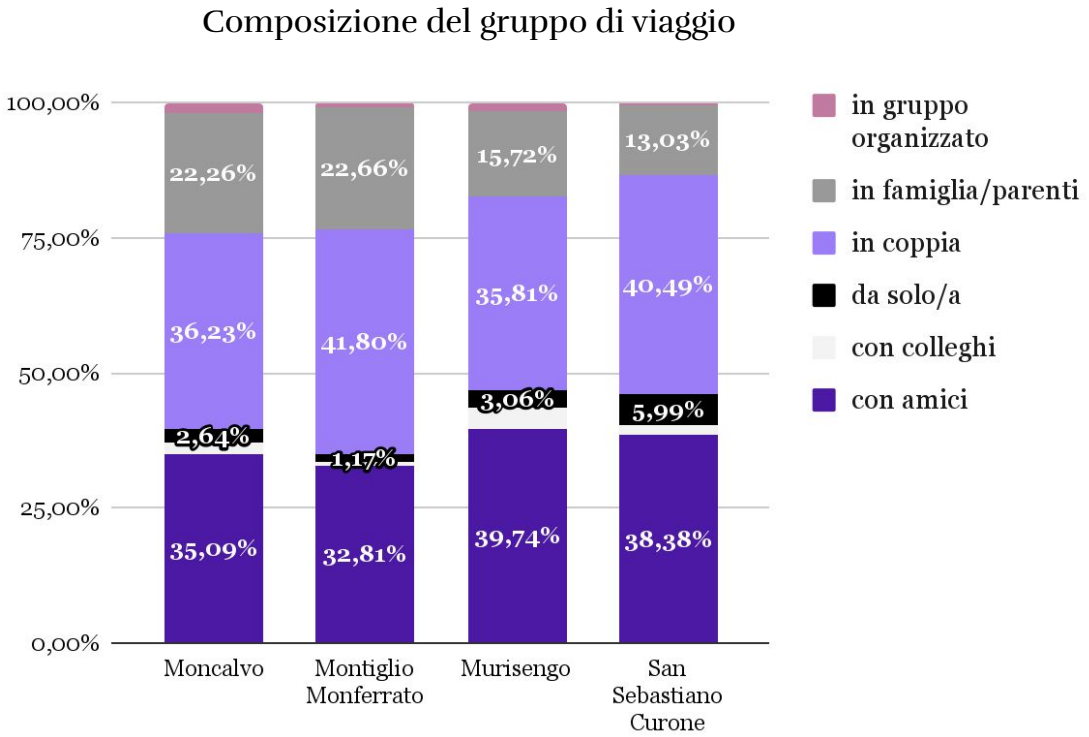


Comportamenti di viaggio
Gruppo di viaggio

La composizione del gruppo di viaggio è molto omogenea nelle quattro Fiere.

Le modalità più diffuse sono la visita con **gli amici e in coppia,** che corrispondono al 70%-75% dei visitatori.

Mediamente, ogni rispondente incontrato nelle quattro Fiere ha visitato la manifestazione con **3,6 persone.**



Il pubblico
Comportamenti di spesa

Il campione presenta una spesa media pro capite giornaliera pari a 387,35€ per i turisti e 152,90€ per gli escursionisti.

Comportamenti di spesa

TURISTI

La tabella sottostante esprime la spesa media pro capite giornaliera dei turisti per ognuna delle categorie indagate per ogni Fiera. Il valore calcolato è una mediana ponderata sul numero di visitatori. E' evidente a un primo sguardo che la Fiera di **Murisengo Monferrato** manifesti, in 7 categorie su 9, **la spesa media pro capite più elevata.**

	Moncalvo	*Montiglio Monferrato*	*Murisengo Monferrato*	*San Sebastiano Curone*
Pernottamento	€ 108,93	€ 73,46	**€ 112,13**	€ 45,00
Ristoranti, bar	€ 71,62	€ 70,28	**€ 92,98**	€ 74,03
Alimentari e bevande	€ 21,55	€ 31,59	€ 36,52	**€ 42,76**
Carburante e trasporti	**€ 61,01**	€ 48,69	€ 60,84	€ 26,75
Consumi turistico-culturali	€ 10,49	€ 8,93	**€ 13,36**	€ 7,61
Abbigliamento e accessori	€ 4,22	€ 7,91	**€ 10,89**	€ 1,46
Prodotti enogastronomici	€ 103,20	€ 62,79	**€ 155,82**	€ 65,44
Souvenir, regali, artigianato	€ 3,39	€ 14,33	**€ 57,88**	€ 11,56
Spese per la persona	€ 2,20	€ 4,85	**€ 22,96**	€ 1,97
TOTALE	**€ 386,61**	**€ 322,83**	**€ 563,38**	**€ 276,58**

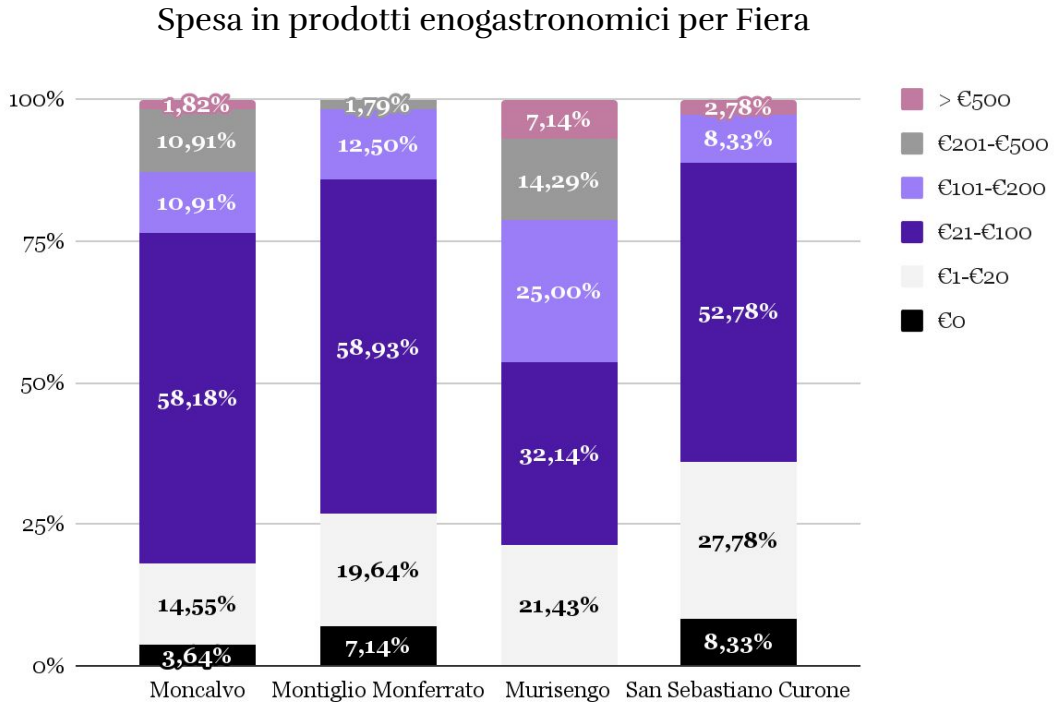
Nota metodologica: è stata utilizzata la **mediana** in quanto misura più robusta rispetto a valori estremi e distribuzioni asimmetriche. La mediana individua il valore "tipico" dell'intervallo, senza essere influenzata da pochi casi con importi molto elevati o molto bassi.

Focus: spesa in prodotti enogastronomici

TURISTI

La spesa in prodotti enogastronomici più elevata è stata sostenuta dai turisti di Murisengo **(€155,82)**, seguita da Moncalvo **(€103,20)**, San Sebastiano Curone (**€65,44**) e Montiglio Monferrato (**€62,79**).

A Murisengo tutti i turisti intervistati hanno acquistato prodotti enogastronomici e il 7,14% di essi ha speso più di €500 al giorno, rendendo la Fiera la più omogenea in termini di fasce di spesa.



Comportamenti di spesa

ESCURSIONISTI

La tabella sottostante esprime il valore medio di spesa media pro capite giornaliera degli escursionisti per ognuna delle categorie indagate per ogni Fiera. Il valore è una mediana ponderata sul numero di visitatori. E' evidente a un primo sguardo che gli escursionisti più alto spendenti siano stati quelli della Fiera di **San Sebastiano Curone**, in cui esprimono **la spesa media pro capite più elevata in 6 categorie su 9.**

	Moncalvo	*Montiglio Monferrato*	*Murisengo Monferrato*	*San Sebastiano Curone*
Pernottamento	€ 0,68	€ 1,46	€ 2,50	€ 2,16
Ristoranti, bar	€ 24,29	€ 34,57	€ 30,52	**€ 40,58**
Alimentari e bevande	€ 8,06	€ 10,02	€ 15,92	**€ 21,34**
Carburante e trasporti	**€ 36,18**	€ 17,01	€ 28,27	€ 18,27
Consumi turistico-culturali	€ 2,88	€ 3,85	€ 5,46	**€ 7,79**
Abbigliamento e accessori	€ 1,35	€ 0,87	€ 1,90	**€ 11,32**
Prodotti enogastronomici	€ 58,95	€ 45,77	€ 63,55	**€ 67,75**
Souvenir, regali, artigianato	€ 2,79	€ 6,60	**€ 15,51**	€ 12,17
Spese per la persona	€ 0,34	€ 0,51	€ 1,21	**€ 9,22**
TOTALE	**€ 135,52**	**€ 120,66**	**€ 164,84**	**€ 190,60**

Nota metodologica: è stata utilizzata la **mediana** in quanto misura più robusta rispetto a valori estremi e distribuzioni asimmetriche. La mediana individua il valore "tipico" dell'intervallo, senza essere influenzata da pochi casi con importi molto elevati o molto bassi.

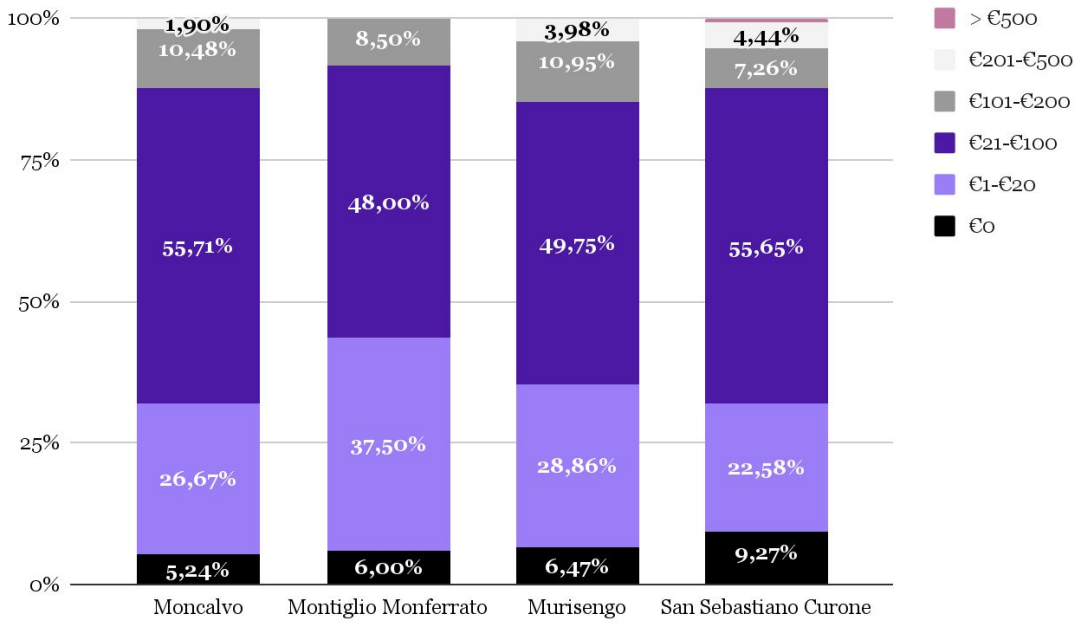
Focus: spesa in prodotti enogastronomici

ESCURSIONISTI

La spesa in prodotti enogastronomici più elevata è stata sostenuta dagli escursionisti di San Sebastiano Curone **(€67,75)**, seguiti da Murisengo **(€63,55)**, Moncalvo (**€58,95**) e Montiglio Monferrato (**€45,77**).

San Sebastiano Curone è l'unica Fiera presso la quale ci sono escursionisti che hanno speso più di €500 in prodotti enogastronomici.

Spesa in prodotti enogastronomici per Fiera

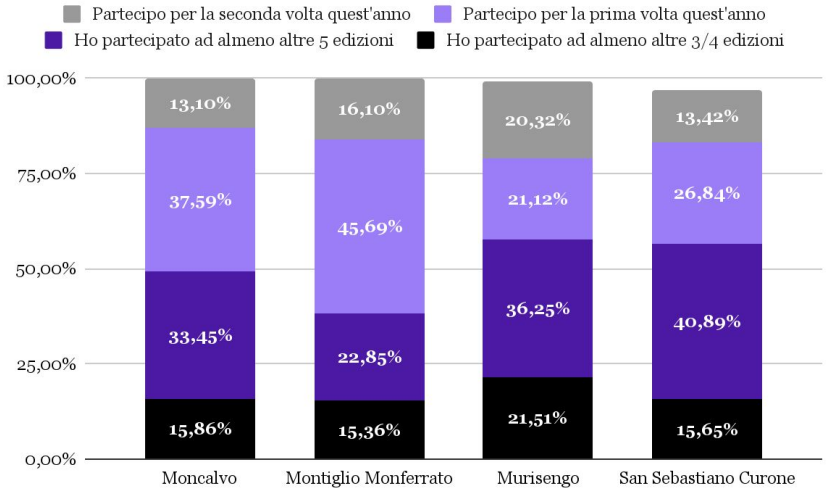


Valutazione dell'esperienza

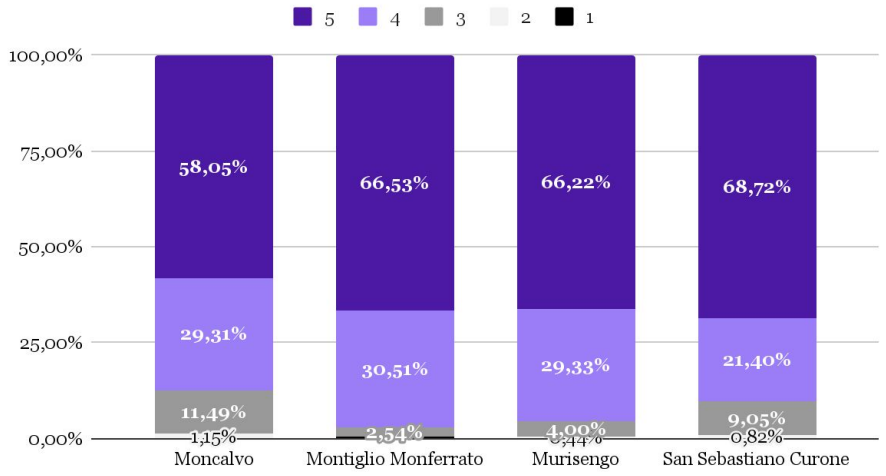
Murisengo e San Sebastiano esprimono un pubblico altamente fidelizzato, con almeno 3 partecipazioni alle spalle (rispettivamente il 57% e 55%) e una quota significativa di persone che l'ha visitata almeno 5 volte in precedenza (rispettivamente il 21% e il 16%)

Il giudizio generale sulle manifestazioni è **molto positivo**. Anche il programma della manifestazione viene giudicato positivamente, con una media che supera abbondantemente il punteggio di 4,5/5 per tutte le Fiere.

Frequenza di partecipazione alle Fiere



Giudizio generale sulla manifestazione



Capitolo 3.
Impatto economico

Impatto Economico
Introduzione

L'ultimo tassello della valutazione dell'impatto economico è la stima, in termini monetari puntuali, degli effetti delle fiere sull'economia del territorio.
Il fondamento di tali analisi risiede nella **relazione positiva** tra l'introduzione di **nuove risorse economiche** in un determinato territorio (la cosiddetta *area region*) e le **reazioni** che tale iniezione provoca nell'area in questione.
Si assume infatti la presenza di una **relazione virtuosa tra l'iniezione di risorse economiche** in un dato territorio da parte di soggetti interni ed esterni **e le reazioni che tale immissione determina nell'area indagata**.
I principali elementi dell'analisi sono due:

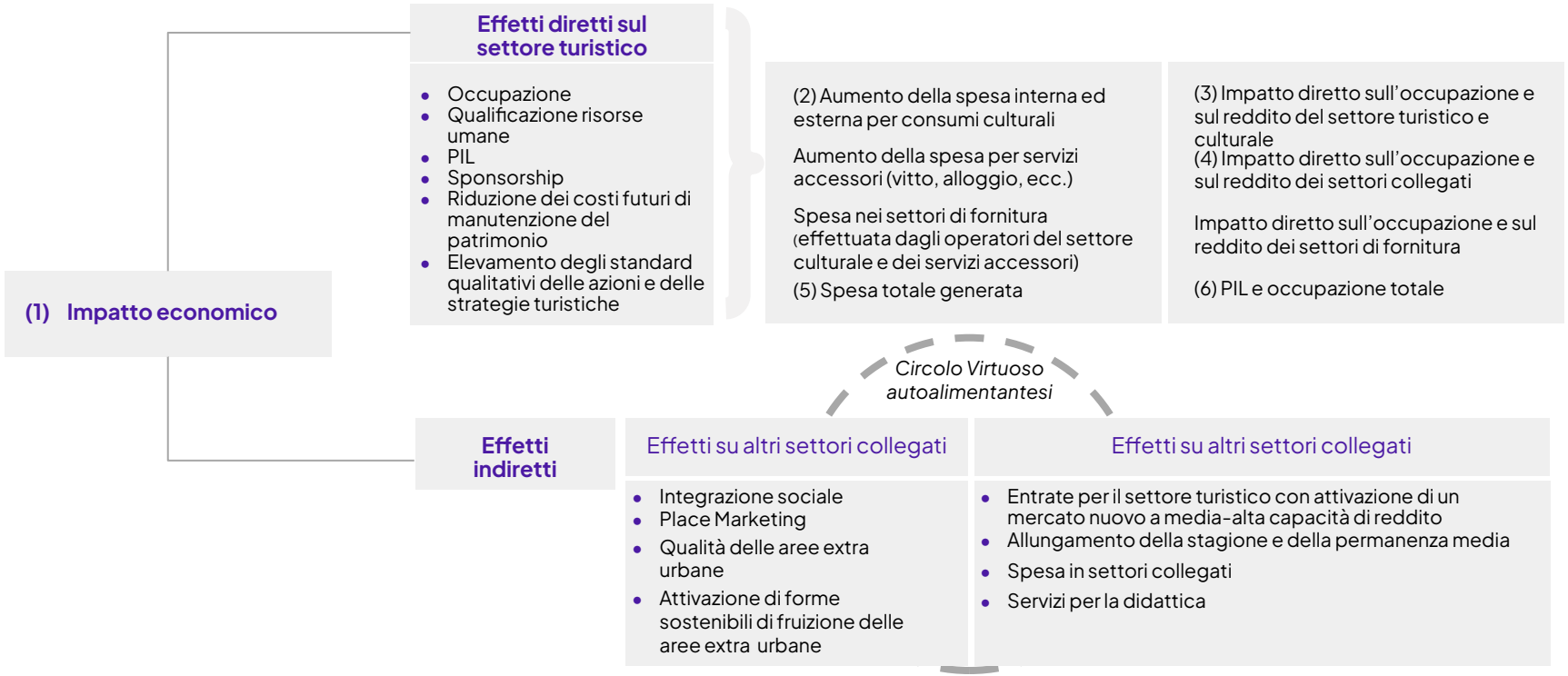
1. una **stima dello stimolo esogeno o differenziale** che funge da **impatto diretto**
2. un **modello di economia regionale** che determina le stime degli **effetti indiretti**

Queste due componenti sono fondamentali per determinare l'effetto moltiplicativo di un'iniezione di risorse (o shock della domanda) in un'economia specifica. Per comprendere la logica retrostante lo studio dell'impatto economico è cruciale definire il concetto di effetto moltiplicativo, nonché quello di moltiplicatore.

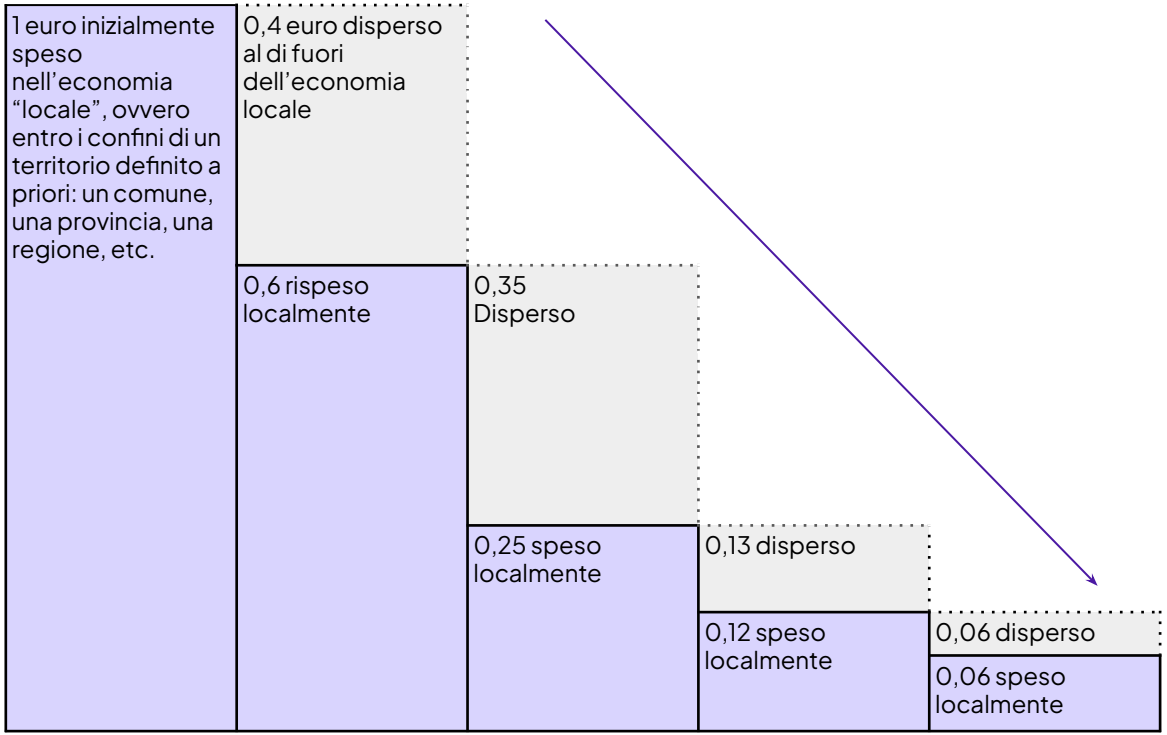
Questi due concetti, spesso confusi o considerati sinonimi, sono in realtà distinti.

- **Moltiplicatore:** rapporto numerico che indica quanto cambia il valore totale rispetto a un cambiamento iniziale.
- **Effetto moltiplicativo**: stima del cambiamento totale come risultato di un cambiamento iniziale, ottenuto moltiplicando il cambiamento iniziale per il valore del moltiplicatore.

Impatto Economico
Framework teorico



Impatto Economico
Schema esemplificativo



Esempio

Come si può osservare nell'immagine ad ogni round di spesa, una parte delle risorse viene nuovamente spesa a livello locale mentre una parte si disperde al di fuori dell'economia del dell'unità territoriale presa in esame, fino a quando nessun quantitativo di denaro viene speso localmente. Nell'esempio il moltiplicatore economico è pari a **2,03.**

Impatto Economico
Tavole Input-Output

Per il calcolo dell'impatto economico sono state utilizzate le **tavole intersettoriali**. Le tavole fotografano a livello regionale i legami tra **domanda e sistema produttivo di una specifica area sub-nazionale.**

Grazie alle tavole input-output è possibile **simulare gli effetti sul complesso dell'attività economica regionale derivanti da variazioni della domanda o dei costi.**

Le tavole possono indicare in che misura e attraverso **quali canali un cambiamento iniziale dell'attività economica in una regione può innescare ricadute che si diramano – sulla base dei cosiddetti moltiplicatori – nel tessuto dell'economia locale** e del più ampio sistema economico al quale ogni economia provinciale è legata in misura più o meno intensa attraverso l'interscambio commerciale.

Impatto Economico

Le componenti

Spesa iniziale + **Impatto diretto** + **Impatto indiretto** + **Impatto indotto**

Questa voce corrisponde al totale dell'esborso dei turisti ed escursionisti ed include tra le altre le spese di alloggio, ristorazione e trasporto.

L'effetto economico diretto si riferisce all'impatto immediato e iniziale su un settore specifico derivante da un cambiamento nella domanda finale e dunque riconducibile a un aumento della produzione.

L'effetto economico indiretto si riferisce all'impatto economico generato sulle industrie fornitrici a seguito di un cambiamento nella domanda finale di un settore specifico.

L'effetto economico indotto si riferisce all'aumento della domanda di beni e servizi che risulta dalla spesa dei redditi da lavoro e altre forme di reddito guadagnati grazie agli impatti diretti e indiretti in un'economia.

=

Impatto economico totale

Impatto Economico
Basi metodologiche

Per valutare complessivamente l'impatto economico di una fiera, sono quindi necessarie diverse valutazioni:

- per determinare le **spese degli organizzatori**, devono essere fornite informazioni dettagliate sulle spese sostenute e se sono state utilizzate forniture locali o esterne;
- per valutare **le spese dei partecipanti** provenienti da altre aree, è necessario conoscerne non solo il numero, ma anche i loro profili di spesa giornaliera e il periodo di permanenza medio nell'area;
- infine, per calcolare l'impatto economico complessivo, che include gli effetti indiretti e indotti, è necessario applicare dei **moltiplicatori alla domanda finale**, considerando i *capture rates* che misurano l'autosufficienza o la dipendenza dei settori in cui si verificano le spese iniziali.

Impatto Economico
Basi metodologiche

Nello specifico, per calcolare l'impatto economico, occorrono due principali componenti:

- la **perimetrazione dell'area di interesse**, per la quale l'impatto totale viene calcolato;
- la **definizione di una matrice input output** scalata alla dimensione territoriale desiderata (regione, provincia o altro).

La perimetrazione dell'area di interesse è complessa perché occorre bilanciare la disamina delle specificità dell'evento con la possibilità di reperire informazioni economiche e occupazionali relative alla scala territoriale desiderata.

In questo caso specifico, è stata assunta la **regione Piemonte** come **area di interesse** dello studio, producendo una matrice input output scalata alla dimensione regionale

Impatto Economico: spesa iniziale

Le spese dei partecipanti

L'indagine ha stimato una spesa totale da parte dei visitatori alle fiere pari a **€11, 7 milioni:**

Categorie di spesa	*Shock della domanda*
Pernottamento	€ 1.326.148,73
Ristoranti, bar e takeaway	€ 2.373.733,21
Alimentari, bevande (es. acquisti in negozio, supermercato, chiosco,…)	€ 1.025.061,99
Carburante, parcheggio e trasporti locali	€ 1.720.365,51
Consumi turistico-culturali (es.visite guidate a siti culturali, libri, biglietti concerti, etc)	€ 356.999,16
Abbigliamento e accessori	€ 238.320,46
Prodotti enogastronomici (es. tartufo, vino, olio, formaggi, miele, salumi, conserve ecc)	€ 3.728.240,48
Souvenir, regali e prodotti artigianato locale (prodotti non alimentari es. Ceramiche,gadget, saponi, magneti)	€ 732.038,37
Spese per la persona (es. parrucchiere, estetista, trattamenti benessere, ecc)	€ 240.605,58
TOTALE	**€ 11.741.513,49**

Impatto Economico totale

Derivante dalle spese dei visitatori

Impatto totale

42,09 milioni

Ogni €1 speso localmente dai visitatori ha generato un impatto economico totale (diretto, indiretto e indotto) di circa **€3,58** nell'**economia regionale.**

Impatto Economico: spesa iniziale

Le spese degli organizzatori

La spesa degli organizzatori delle 4 Fiere è fornita a livello aggregato. I dati che compongono la spesa sono stati ottenuti attraverso interviste dirette agli operatori delle fiere e fonti pubbliche (es. dati di bilancio).

Macro aree di spesa	***Investimento***
Personale e collaborazioni	€40.155
Spese di trasferta, viaggio e ospitalità	€400
Logistica e servizi	€96.983,80
Organizzazione e servizi esterni	€18.604
Utenze e spese amministrative	€3.902,65
Promozione e comunicazione	€62.454,69
Altre spese	€8.300
TOTALE	**€ 230.800,14**

Impatto Economico totale

Derivante dalle spese degli organizzatori

Ogni €1 investito dalle Fiere ha generato un impatto economico totale (diretto, indiretto e indotto) di circa **€3,13** nell'**economia regionale.**

Impatto Economico Complessivo

Visitatori ed Organizzatori

L'impatto economico complessivo generato dalle Fiere del Tartufo di Montiglio Monferrato, Moncalvo, Murisengo Monferrato e San Sebastiano Curone si ottiene sommando ciò che è stato generato da visitatori ed organizzatori.

Impatto economico complessivo

€42,85 milioni

Conclusioni

Conclusioni

L’analisi condotta evidenzia che le Fiere del Tartufo del 2025 rappresentano un **potente motore di sviluppo economico e turistico per i territori coinvolti.** I risultati mostrano una notevole capacità di attrarre visitatori - in prevalenza escursionisti - ma con una quota significativa di turisti com un elevata capacità di spesa, destinata in particolare all’acquisto di prodotti enogastronomici, che costituiscono il principale driver economico.

L’impatto economico complessivo, pari a **42,85 milioni di euro**, conferma l’elevato effetto moltiplicativo generato dalla spesa dei visitatori e dagli investimenti degli organizzatori, con **benefici diffusi sull’intera economia regionale.**

Accanto agli effetti economici, emerge **l’elevato livello di fidelizzazione del pubblico**: oltre metà dei visitatori partecipa alle manifestazioni in modo ricorrente, comprovando l’esistenza di un forte legame identitario con le manifestazioni e i luoghi che le ospitano; le fiere rafforzano l’immagine dei territori, favoriscono la destagionalizzazione dei flussi turistici e contribuiscono alla valorizzazione delle aree extra-urbane, delineandosi come strumenti strategici per uno sviluppo locale sostenibile e duraturo.

Appendice

Questionario

Gentile visitatore, questo questionario, promosso da Camera di Commercio di Alessandria-Asti, in sinergia con le ATL del territorio Alexala Scrl e l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Scrl, ha l'obiettivo di raccogliere informazioni sul pubblico della Fiera e di valutarne l'impatto economico. La sua partecipazione al sondaggio è del tutto volontaria e può decidere di interrompere in qualsiasi momento. Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 196/03, i dati raccolti saranno trattati in forma assolutamente anonima ed utilizzati a fini di ricerca. La compilazione del questionario richiede solo ***pochi minuti****. La ringraziamo fin da ora per la cortese collaborazione.*

1. **Quanti anni ha?**
   - ☐ <18 anni
   - ☐ 18–24 anni
   - ☐ 25–34 anni
   - ☐ 35–44 anni
   - ☐ 45–54 anni
   - ☐ 55–64 anni
   - ☐ > 65 anni
   - ☐ Preferisco non rispondere
2. **In quale genere si identifica?**
   - ☐ Maschile
   - ☐ Femminile
   - ☐ Altra identità di genere
   - ☐ Preferisco non rispondere
3. **Dove risiede attualmente?**
   - ☐ Residente di questo comune ((Murisengo, San Sebastiano Curone, Moncalvo, Montiglio Monferrato)
   - ☐ Altra provincia della regione Piemonte (Indicare la provincia:_____)
   - ☐ Altre regioni in Italia (Indicare la regione: _____)
   - ☐ Estero (Indicare lo Stato:_____)
4. **Qual è l'ultimo titolo di studio che ha conseguito?**
   - ☐ Licenza elementare / Nessun titolo di studio
   - ☐ Licenza media
   - ☐ Diploma
   - ☐ Laurea universitaria / Diploma Accademia
   - ☐ Dottorato / Master / Scuola di Specializzazione
5. **Qual è la sua professione?**
   - ☐ Studente
   - ☐ Dirigente, quadro, impiegato
   - ☐ Operaio e assimilato
   - ☐ Imprenditore e libero professionista
   - ☐ Altro indipendente
   - ☐ In cerca di occupazione
   - ☐ Ritirato dal lavoro
   - ☐ In altra condizione (diversa da ritirato dal lavoro)
6. **In occasione della sua visita in questa località**
   - ☐ Pernotta fuori dalla Sua residenza. (*Indicare la località*)_____
   - ☐ E' venuto in giornata e pernotta nella Sua residenza
7. **In quale tipologia di struttura ricettiva alloggia?**
   - ☐ Bed & Breakfast
   - ☐ Casa in affitto breve (es. Airbnb)
   - ☐ Campeggio / Area camper
   - ☐ Albergo 1 - 2 stelle
   - ☐ Albergo 3 stelle
   - ☐ Albergo 4 - 5 stelle
   - ☐ Sono ospite(amici/parenti)
   - ☐ Casa propria
   - ☐ Altro
8. **Quanti giorni soggiornerà fuori dalla sua residenza?** Indicare i giorni _____
9. **Come ha raggiunto questa località**
   - ☐ Aereo
   - ☐ Automobile
   - ☐ Treno
   - ☐ Moto
   - ☐ Bus extra urbano/locale
   - ☐ Pullman organizzato
   - ☐ Altro
10. **Modalità di visita nella località**
    - ☐ da solo/a
    - ☐ in coppia
    - ☐ con amici (indicare quanti __)
    - ☐ con colleghi (indicare quanti __)
    - ☐ in famiglia/parenti (indicare quanti __)
    - ☐ in gruppo organizzato (indicare quanti __)

11. Le chiediamo cortesemente di indicare la **spesa complessiva** durante questa visita. *La invitiamo a specificare le sue **spese individuali,** non quelle dell'intero gruppo. Nel caso in cui le spese siano state sostenute complessivamente per l'intero gruppo (ad esempio alloggi condivisi), la invitiamo a calcolare la quota individuale dividendo l'importo totale per il numero di persone presenti nel gruppo.*

	€0	€1–€20	€101–€200	€201–€500	> €500
Pernottamento	☐	☐	☐	☐	☐
Ristoranti, bar e takeaway	☐	☐	☐	☐	☐
Alimentari, bevande (es. supermercato, chiosco,...)	☐	☐	☐	☐	☐
Carburante, parcheggio e trasporti locali	☐	☐	☐	☐	☐
Consumi turistico-culturali (es.musei, libri, ..)	☐	☐	☐	☐	☐
Abbigliamento e accessori	☐	☐	☐	☐	☐
Prodotti enogastronomici (es. tartufo, vino, olio, ..)	☐	☐	☐	☐	☐
Souvenir, regali e prodotti artigianato locale (prodotti non alimentari es. ceramiche,gadget ..)	☐	☐	☐	☐	☐
Spese per la persona (es. parrucchiere, estetista, ..)	☐	☐	☐	☐	☐

12. A quante precedenti edizioni della Fiera ha partecipato?

- ☐ Partecipo per la prima volta quest'anno
- ☐ Partecipo per la seconda volta quest'anno
- ☐ Ho partecipato ad almeno altre 3/4 edizioni
- ☐ Ho partecipato ad almeno altre 5 edizioni
- ☐ Non saprei

13. Indichi una valutazione sulle seguenti voci, secondo la scala (min 1, max 5)

	1	2	3	4	5
Programma della manifestazione	☐	☐	☐	☐	☐
Accoglienza della città	☐	☐	☐	☐	☐
Servizi di ricettività/pernottamento locali	☐	☐	☐	☐	☐
Gestione delle code per accesso eventi	☐	☐	☐	☐	☐
Giudizio generale sulla manifestazione	☐	☐	☐	☐	☐

Bibliografia e Sitografia

Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, *Rapporto Turismo Enogastronomico 2024*.

BTO Travel Onlife, *Turismo Enogastronomico: numeri, trend e la sfida italiana su strategia e digitale*, 17 ottobre 2025), https://www.bto.travel/intervista-roberta-milano/

Coldiretti, *Made in Italy: cibo prima ricchezza del Paese. Vale 20 finanziarie*, 14 ottobre 2025. https://www.coldiretti.it/economia/made-in-italy-cibo-prima-ricchezza-del-paese-vale-20-finanziarie

Comune di Montiglio Monferrato https://www.comune.montigliomonferrato.at.it/

Comune di Murisengo Monferrato https://www.comune.murisengo.al.it/

Fiera del Tartufo di Moncalvo https://www.fieradeltartufodimoncalvo.it/

Fiera del Tartufo di Murisengo Monferrato https://www.fieradeltartufo.net/

Fiera del Tartufo di San Sebastiano Curone https://www.sansebastianocurone.com/fiera-nazionale-del-tartufo-2025.html

ISTAT, 2025, *Bilancio demografico mensile 2025*

ISTAT, *Tavole Turismo 2014–2024*

Guido Guerzoni
CEO & Founder
g.guerzoni@formules.it
+39 347 4624928

Irene Rotellini
Head of Research
i.rotellini@formules.it

Adele Camerini
Consultant
a.camerini@formules.it

info@formules.it
Via Eupili, 10
20145 Milano