



Indagine sul Week end delle Arti contemporanee

Torino 4-6 novembre 2011



5 aprile 2012

 **FITZCARRALDO**
FONDAZIONE



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

Obiettivi e metodologia

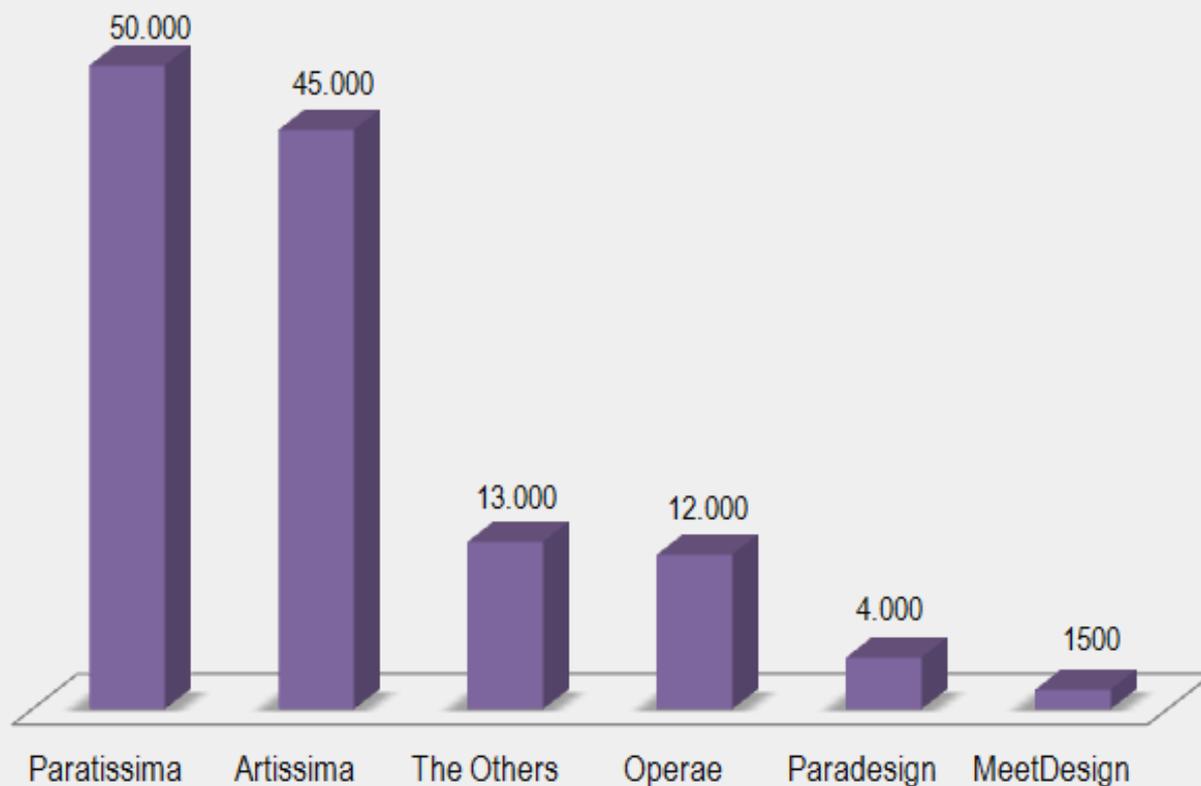
- **PROFILI DEI PUBBLICI**
- **COMPORAMENTI DI FRUIZIONE**
- **EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE**
- **COMPORAMENTI DI SPESA E SPESA DIRETTA DEI TURISTI**
- **GRADO DI SODDISFAZIONE PER LE INIZIATIVE E IL SISTEMA METROPOLITANO**
- **RELAZIONE TRA ARTE CONTEMPORANEA E DESIGN**

L'indagine è stata condotta durante il week-end delle Arti Contemporanee nei giorni di venerdì 4, sabato 5 e domenica 6 novembre 2011

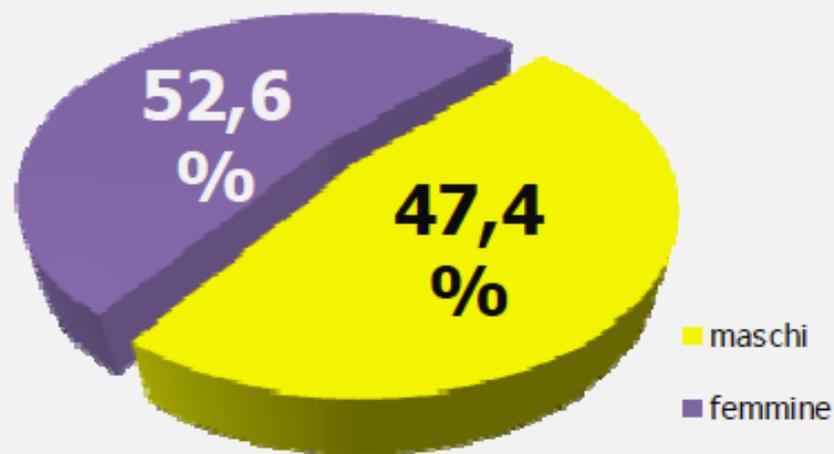
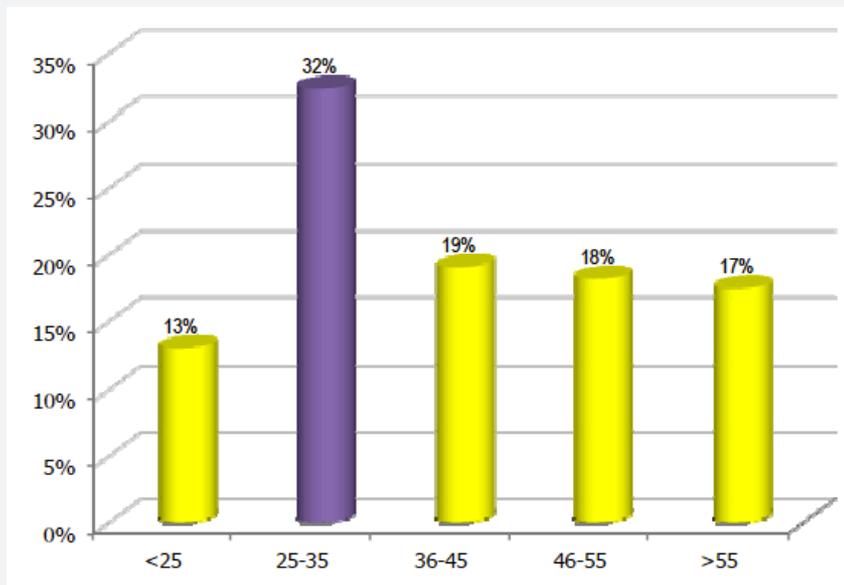
1.260 interviste distribuite su **6** differenti location

I numeri del WDAC

Le sei iniziative analizzate hanno registrato circa **125 mila presenze**, corrispondenti a circa **70 mila persone**



Profilo del visitatore per genere e età



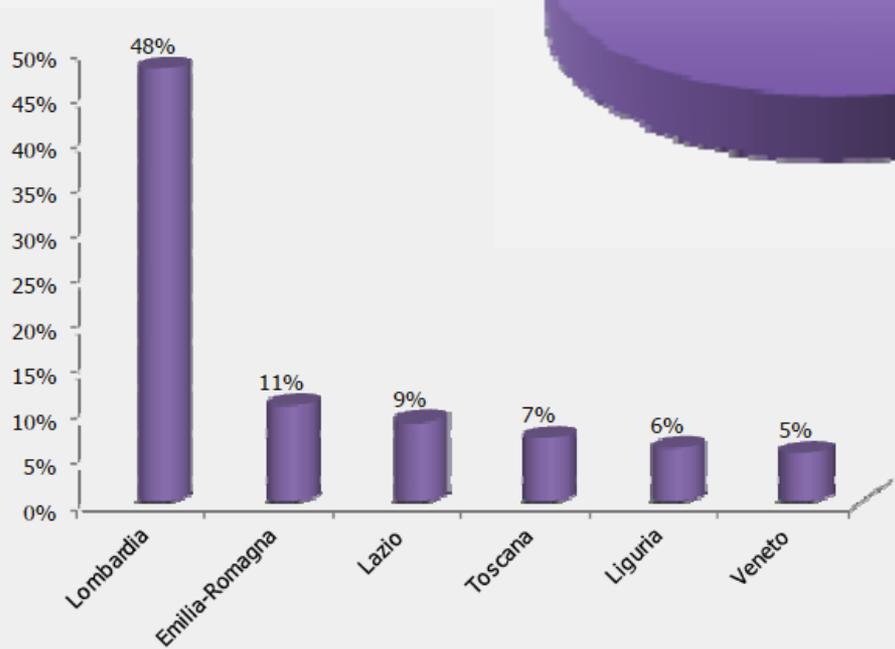
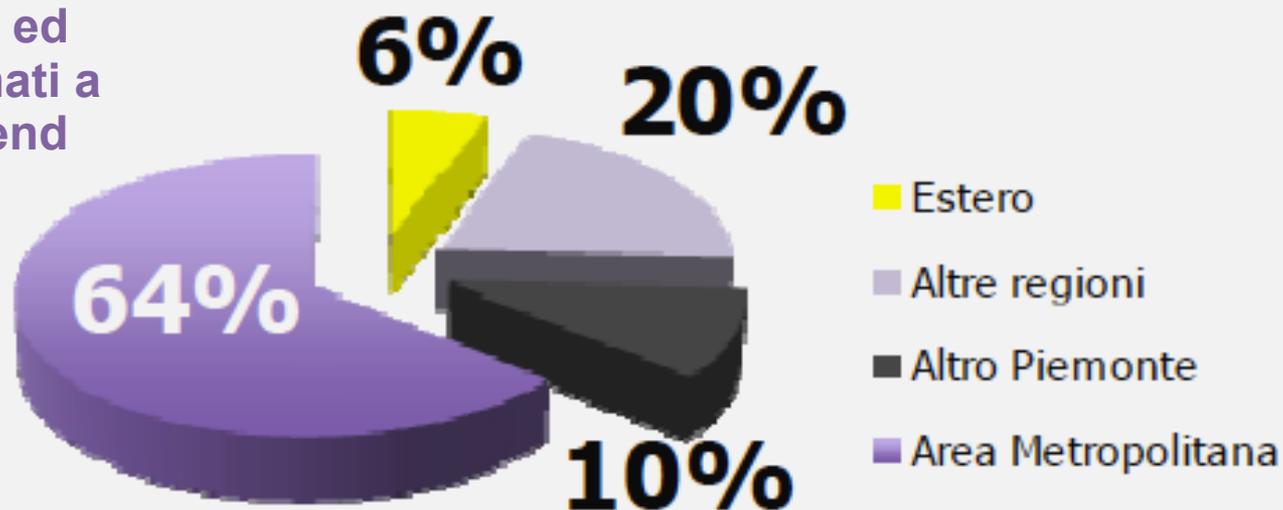
Manifestazione	Età media	Under 25	Over 65
Paratissima	39,3	17,2%	17,2%
Operae	39,8	14,1%	13,1%
Paradesign	39,9	15,8%	16,4%
Meetdesign	39,9	13,0%	21,1%
Artissima	40,8	12,0%	18,1%
The Others	41,2	3,1%	22,0%

pubblico composto in prevalenza da
donne e giovani

Il 64% ha meno di 45 anni.

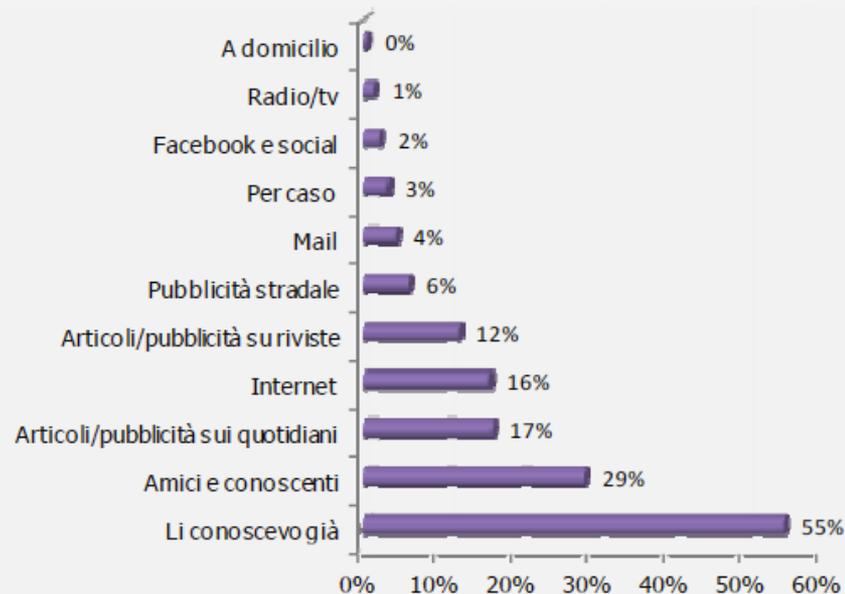
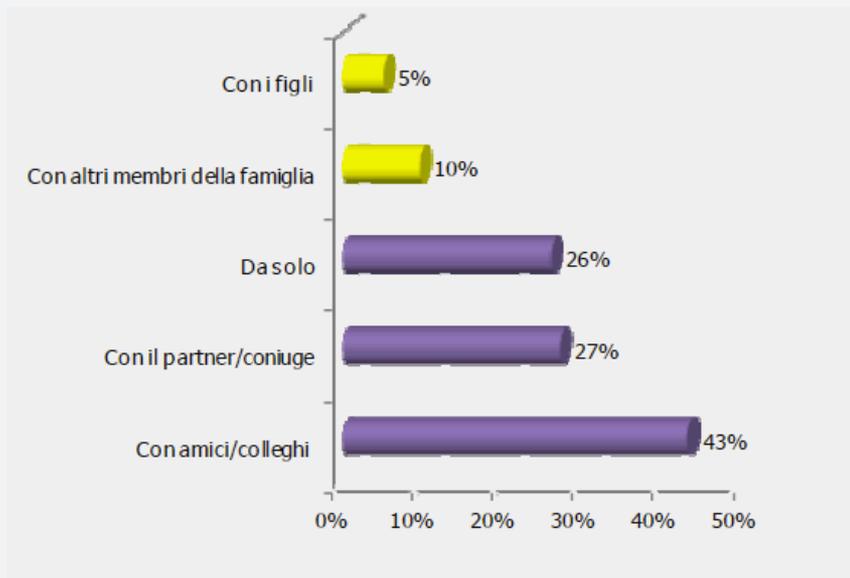
Provenienza

23 mila tra turisti ed escursionisti richiamati a Torino per il Week end



Il 36% del pubblico proviene da fuori l'AM, il 20% proviene da altre regioni, con una netta prevalenza della Lombardia

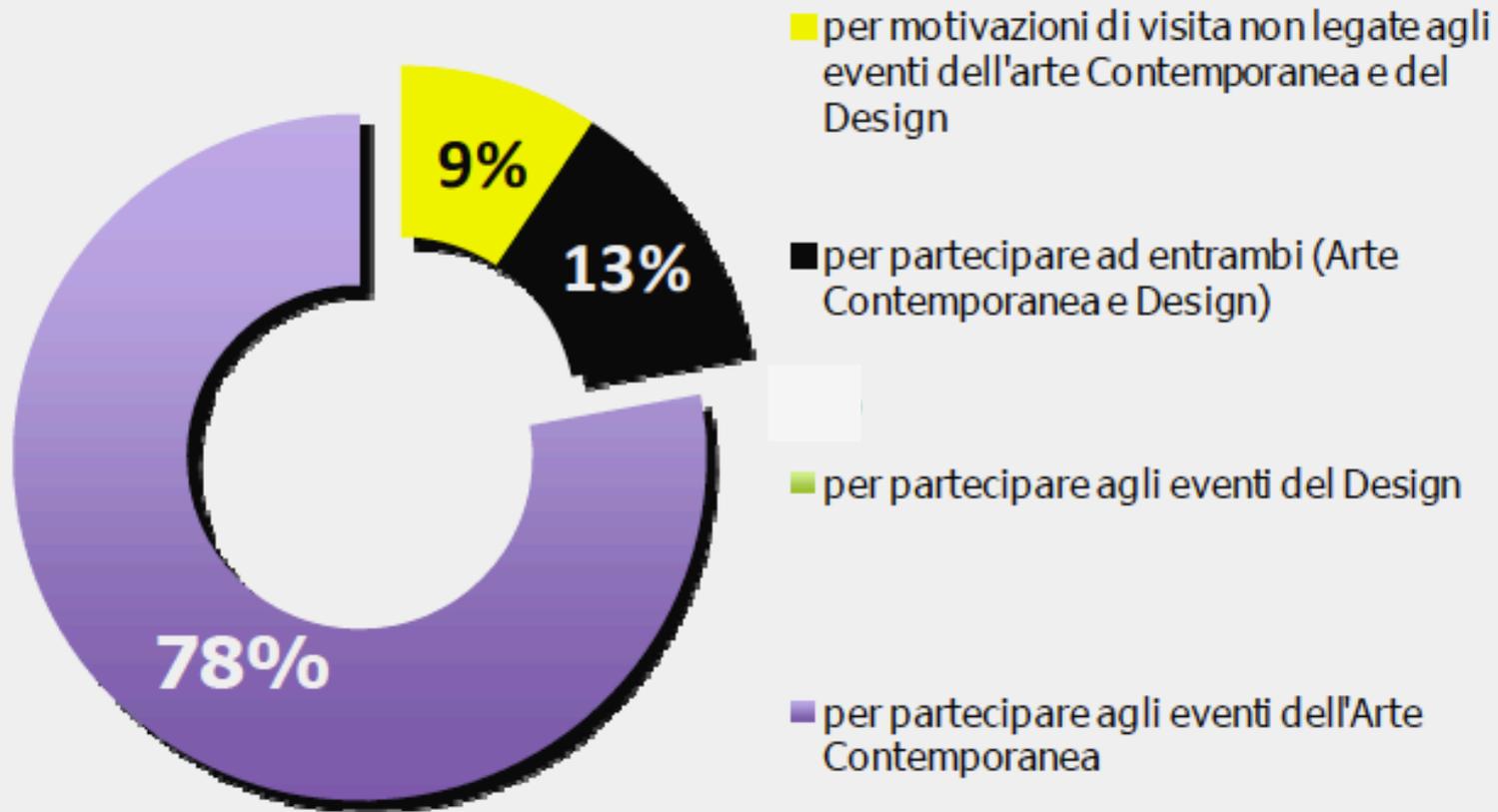
Le modalità di fruizione: compagnia e canali di comunicazione



Amici/ colleghi, partner/ coniuge sono le modalità di visita più frequenti, ma elevata è anche l'incidenza di chi si reca a Torino **da solo** (26%).

La **conoscenza pregressa** e il **passaparola** sono i canali di comunicazione più utilizzati. Potenziabile l'uso di **Internet** e dei social in virtù del pubblico composto prevalentemente da giovani adulti.

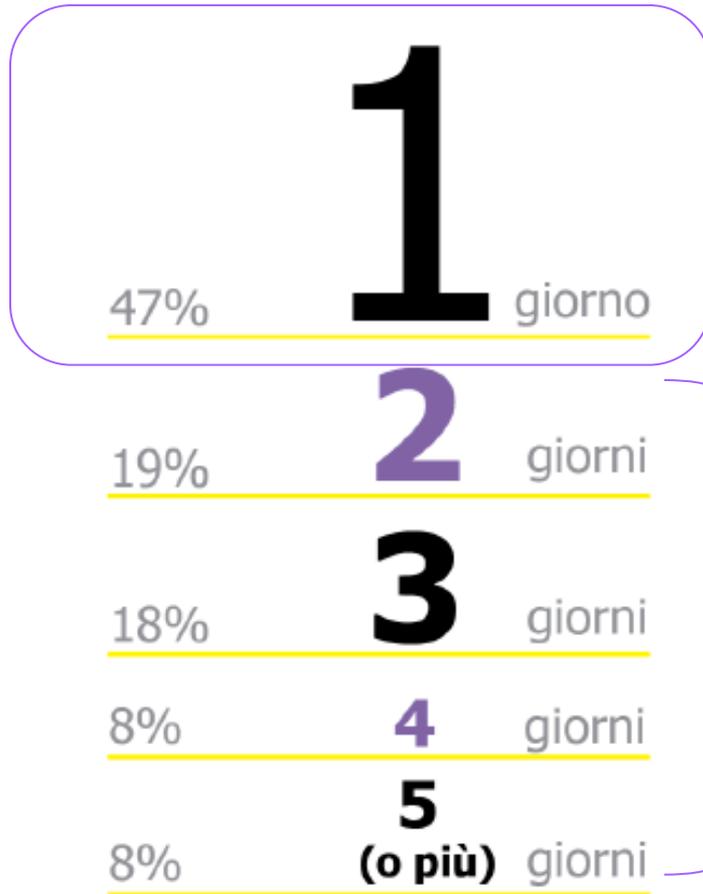
Le modalità di fruizione: le motivazioni



L'arte contemporanea è di gran lunga il principale attrattore del WDAC. Il design da solo non ha rappresentato un fattore attrattivo, ma un elemento di arricchimento dell'offerta

Le modalità di fruizione: la durata e le modalità del soggiorno

Chi viene a Torino quanti giorni si ferma in città?



Il 47% sono escursionisti

Il restante 53% si ferma prevalentemente 2/3 giorni

Le modalità di fruizione: il pernottamento

HOTEL

45%

PARENTI E AMICI

38%

BED AND BREAKFAST

13%

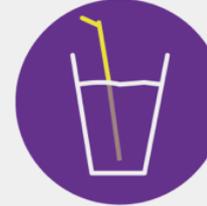
ALTRE STRUTTURE

4%

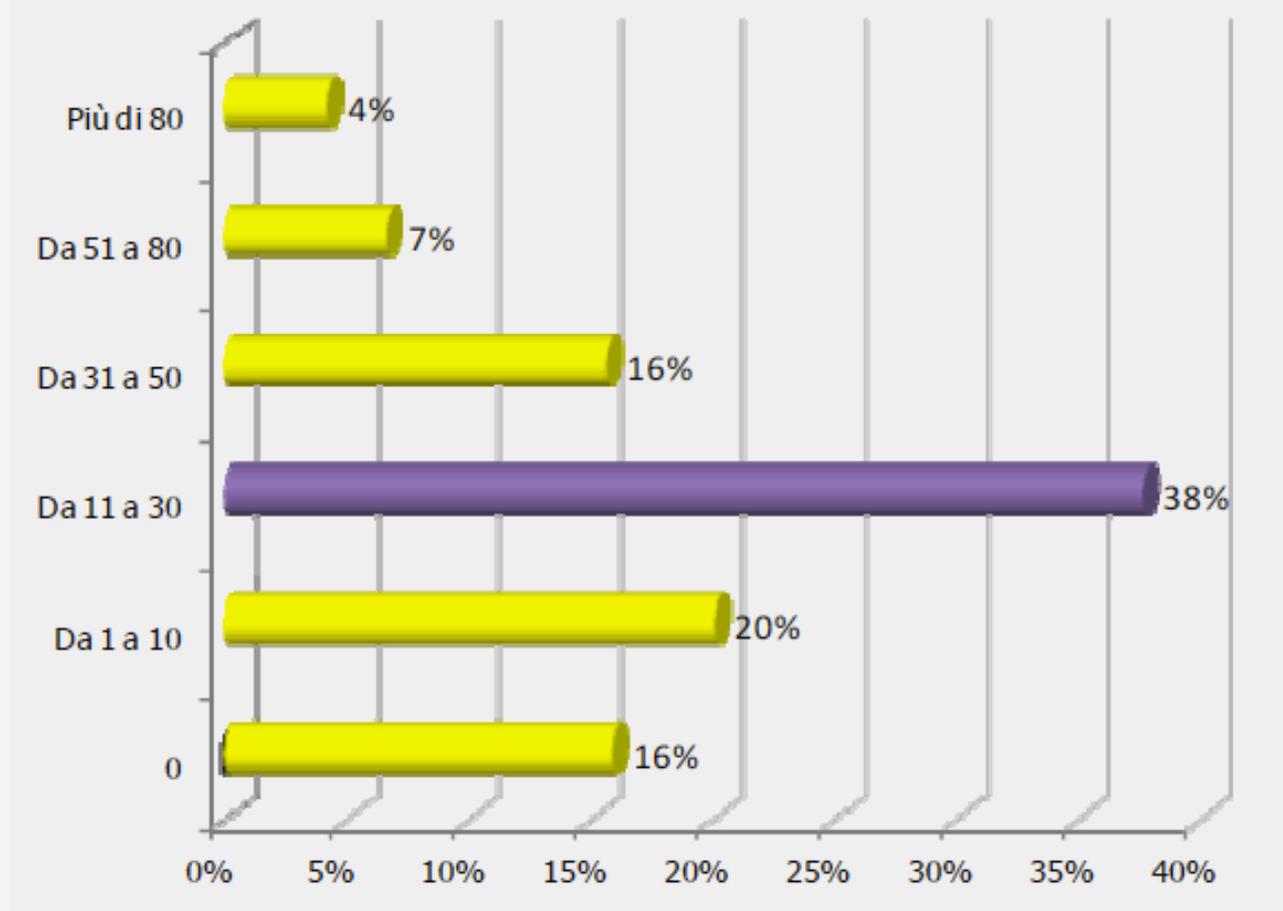
In quali strutture si pernotta?

Il 45% pernotta in hotel, più bassa l'incidenza di chi sceglie i bed and breakfast o altre strutture

La spesa media pro capite pro die di turisti ed escursionisti

PERNOTTAMENTO	RISTORAZIONE	TRASPORTI	SHOPPING	TEMPO LIBERO	TOTALE	
					€	La spesa media pro die di turisti ed escursionisti è di 76 €
0	15,40	9,76	4,77	7,45	37,39	ESCURSIONISTI
30,89	36,13	14,44	17,43	12,54	111,42	TURISTI
63,76	45,84	18,30	26,10	14,98	168,96	TURISTI (pernottamento in hotel)

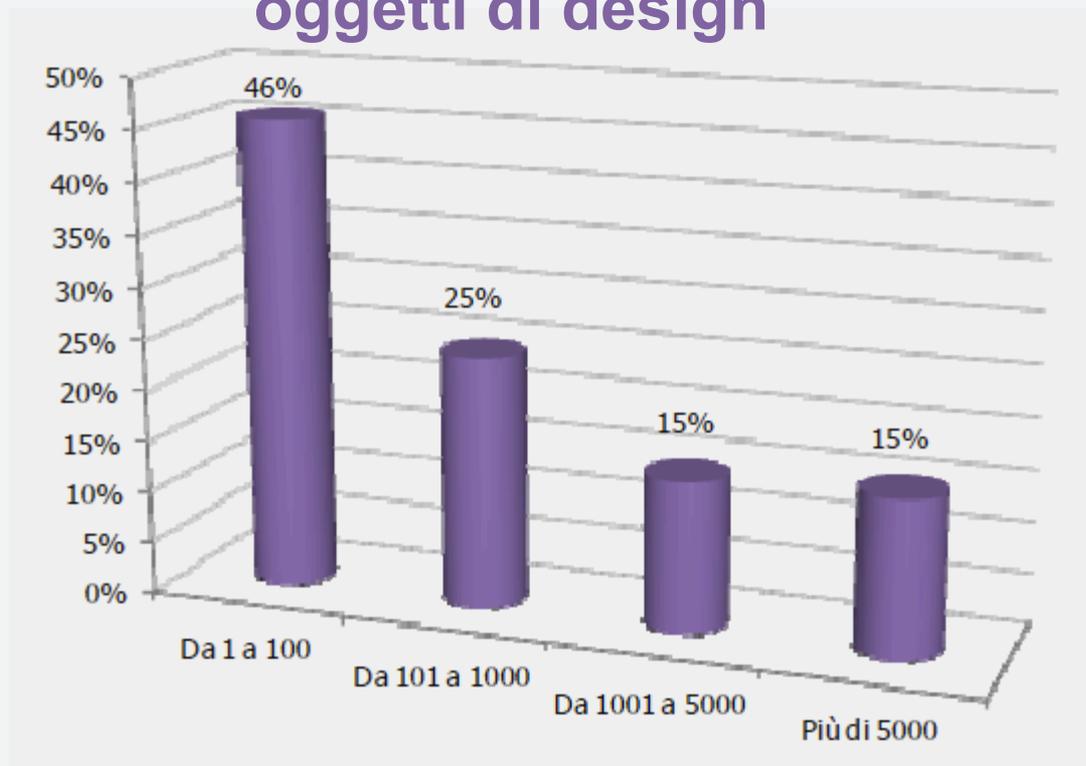
La spesa media giornaliera per la ristorazione pro capite



Circa il **40%** dei turisti e degli escursionisti spende tra gli **11** e i **30** **euro** al giorno per la ristorazione

La spesa per le opere d'arte e il design

Il **15%** dei partecipanti dichiara di acquistare opere d'arte e oggetti di design



Tra gli acquirenti uno su due spende una cifra compresa tra 1 e 100 euro, ma il **30%** spende più di 1.000 euro (prevalentemente ad Artissima)

La ricaduta economica complessiva

La stima complessiva della ricaduta economica diretta generata dalla spesa del pubblico del WACD (e non residente nell'AM) è pari a:

3,7 milioni di euro

PERNOTTAMENTO	RISTORAZIONE	TRASPORTI	SHOPPING	TEMPO LIBERO	TOTALE
					
840.000	1.267.000	584.000	554.000	485.000	3.730.000
€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€	€€€€€
€€€	€€€€€	€	€		€€€€€
	€€€				€€€€€
					€€€€€
					€€€€€
					€€€€€
					€€€€€
					€€€€€
					€€

Il numero di eventi visti

Chi viene a Torino quanti eventi ha visitato o ha intenzione di visitare?



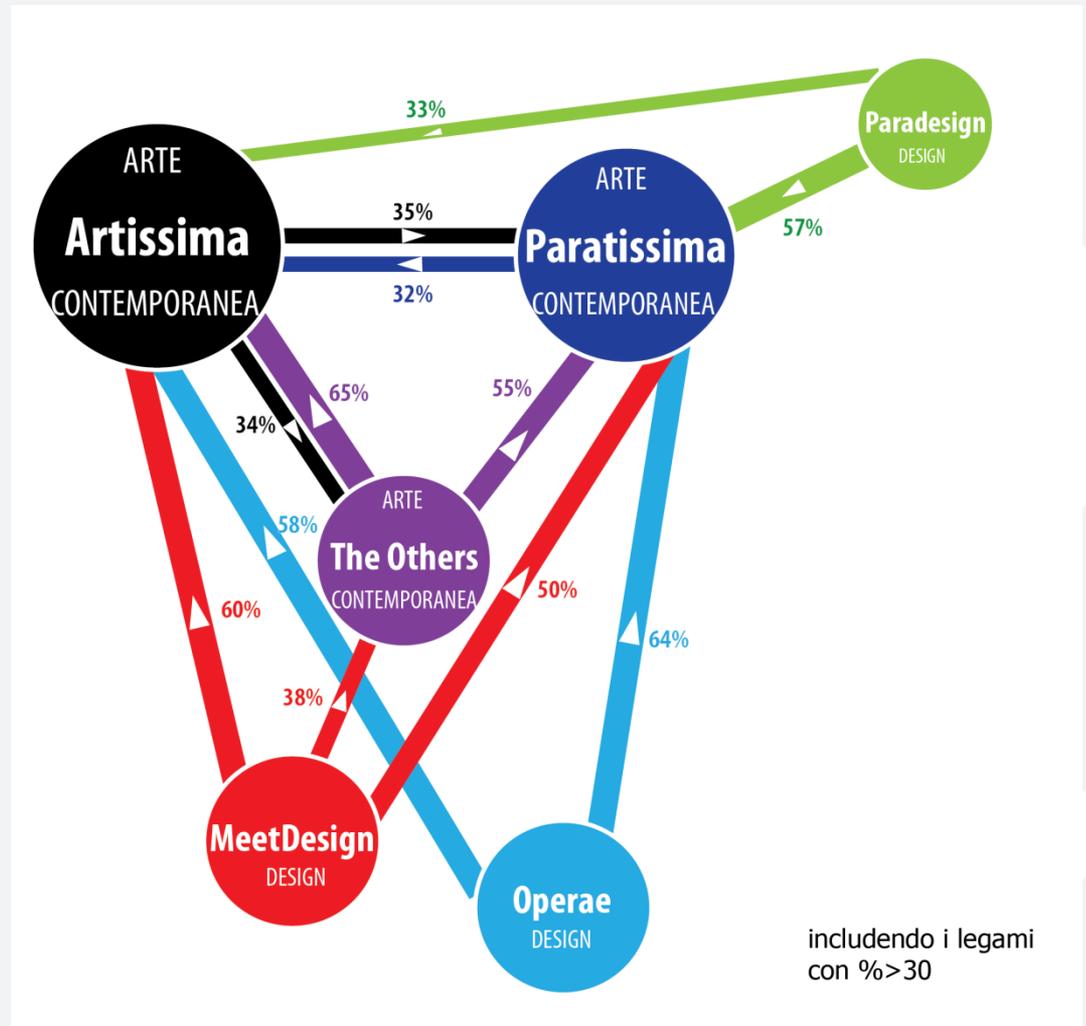
Il 43% dichiara di partecipare a 2/3 eventi

La percentuale di chi partecipa a 2/3 eventi è maggiore rispetto a chi ne visita solamente uno.

Le connessioni tra I diversi attrattori: i legami più forti

I tre poli dell'arte contemporanea presentano legami piuttosto forti. Artissima emerge come attrattore

Molto più bassa l'interazione tra le iniziative del design



Le connessioni tra i diversi attrattori

		connessioni segnalate					
		ARTISSIMA	PARATISSIMA	THE OTHERS	OPERA E	PARADESIGN	MEETDESIGN
LUOGO DI RILEVAZIONE	ARTISSIMA		35%	34%	4%	9%	3%
	PARATISSIMA	32%		18%	2%	15%	3%
	THE OTHERS	65%	55%		5%	8%	30%
	OPERA E	58%	64%	27%		20%	12%
	PARADESIGN	33%	57%	21%	13%		9%
	MEETDESIGN	60%	50%	38%	18%	17%	

Paratissima e Artissima sono le manifestazioni perno del WDAC

La soddisfazione del pubblico

La valutazione degli eventi dell'Arte Contemporanea



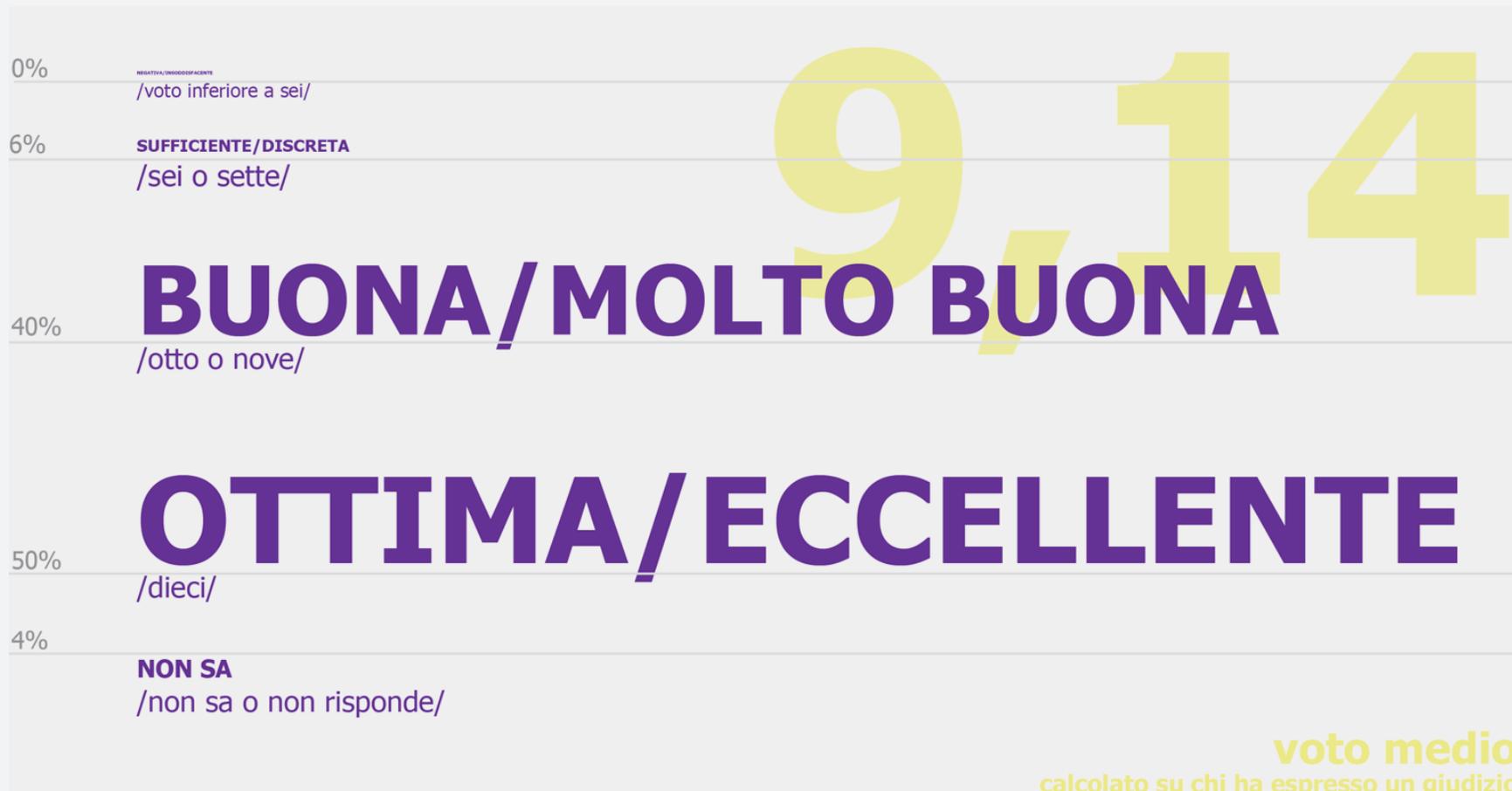
La soddisfazione del pubblico



La valutazione degli
eventi del **Design**

La soddisfazione del pubblico

La valutazione sulla città di Torino



Alcune considerazioni conclusive

Giovani, appassionati e...con buona disponibilità di spesa

3,7 MI € di impatto derivante da spesa diretta, valori tutt'altro che irrilevanti per un week end di manifestazione (con pioggia)

La città, tra gradimento e un'immagine riconosciuta

Margini di miglioramento nell'organizzazione dello "short-break culturale": ottimizzare i tempi, gli spazi e la programmazione

Arte Contemporanea e Design: una relazione da costruire e rafforzare





Grazie per l'attenzione

Alessandro Bollo,
Responsabile Ricerca e Consulenza Fondazione Fitzcarraldo

alessandro.bollo@fiztcarraldo.it