



WEEK END DELLE ARTI CONTEMPORANEE

di Fondazione Fitzcarraldo

Torino, 5 aprile 2012 *** **Oltre 125mila presenze**, di cui **23mila tra turisti ed escursionisti** richiamati a Torino dagli eventi di arte e design; una ricaduta economica diretta di circa **3 milioni e 700mila euro** e **una spesa giornaliera dei turisti doppia rispetto alla media** cui Torino è abituata. Sono solo alcuni dei dati che caratterizzano l'ultimo Week end delle Arti contemporanee tenutosi in città dal 4 al 6 novembre scorso.

Come è ormai tradizione Torino, il primo (o il secondo) fine settimana di novembre, affianca all'inaugurazione di alcuni eventi più noti, come Luci d'Artista e Artissima, una molteplicità di eventi, mostre e mostre-mercato di arte contemporanea e appuntamenti connessi al design.

I risultati economici e di pubblico dell'edizione 2011 sono stati presentati oggi a Palazzo Birago: lo studio è stato sostenuto dalla Camera di commercio di Torino e realizzato dalla Fondazione Fitzcarraldo, centro indipendente di ricerca e formazione nel management e nelle politiche della cultura.

"Da alcuni anni stiamo valutando le ricadute dei principali eventi sul territorio torinese - ha ricordato Guido Bolatto, Segretario generale della Camera di commercio di Torino - E proprio mentre altre realtà italiane considerano inevitabili i tagli alla cultura, abbiamo deciso di valutare l'impatto e la generazione di valore prodotta dall'investimento in arte contemporanea e design, su cui la città punta da anni. I risultati ci dimostrano che, investendo in questi settori, i benefici arrivano al sistema dell'arte e della creatività, ma anche ai cittadini residenti. Soprattutto - grazie a questi eventi - Torino rafforza il proprio posizionamento strategico nella geografia delle metropoli a elevata dotazione creativo-culturale e attrae una domanda qualificata di turisti e professionisti".

Metodologia

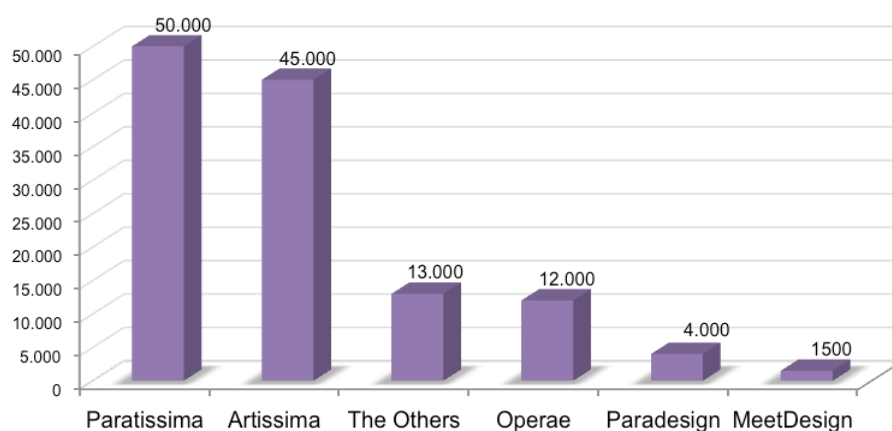
Per l'indagine sono state realizzate 1.260 interviste nei luoghi di fruizione dei 6 eventi principali del Week end delle Arti contemporanee: per l'arte contemporanea - Artissima, Paratissima e The Others; per il design - Operae, Paradesign e MeetDesign¹.

I risultati

Dimensione complessiva del pubblico

Le sei iniziative analizzate hanno fatto registrare **125mila presenze**, corrispondenti a poco meno di **70mila persone** (ciascuna persona può aver partecipato a più di un evento): 1/3 proviene dall'esterno dell'area metropolitana² per un numero complessivo di circa **23mila tra turisti ed escursionisti** richiamati a Torino per il Week end.

Stima delle visite suddivise per manifestazione



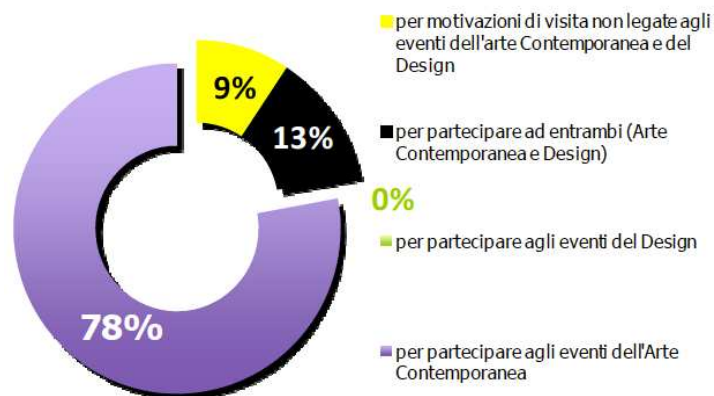
L'arte contemporanea rappresenta il principale fattore di attrazione del pubblico non residente (78%), mentre il design rappresenta per ora una motivazione aggiuntiva.

Non residenti: motivo della visita

¹ **Artissima**, fiera dell'arte contemporanea alla sua 18ª edizione, quest'anno con l'evento *off Artissima Lido* nel quartiere del Quadrilatero Romano; **Paratissima**, a San Salvario alla sua 7ª edizione, l'appuntamento in grado di convogliare il maggior numero di presenze; **The Others**, per la prima volta a Torino, ospitato presso le strutture delle Carceri Nuove.

Operae, fiera mercato del design autoprodotta, ospitata nel centro storico in tre diverse location: Borsa Merci della Camera di commercio di Torino, Piazzetta pedonale Madonna degli Angeli, salone Cavour dell'Hotel Sitea; **Paradesign**, sezione di Paratissima dedicata al design, nell'atrio della stazione di Porta Nuova; **MeetDesign**, spazio di esposizione e di confronto sul tema del design italiano e della cultura dell'abitare, all'interno di Palazzo Bertalazzone di San Fermo.

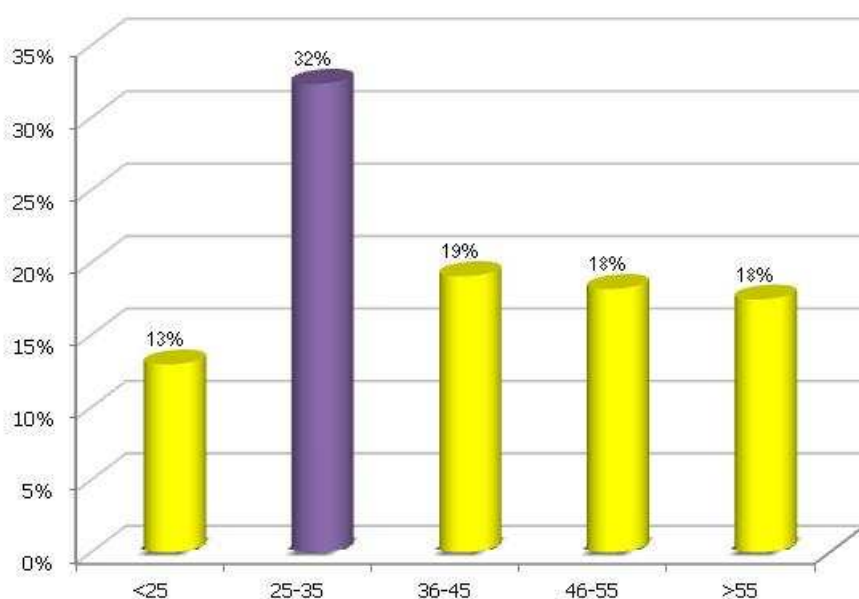
² Secondo la definizione dell'Agenzia della Mobilità Metropolitana: comprende 31 comuni della cintura torinese.



Profilo dei visitatori

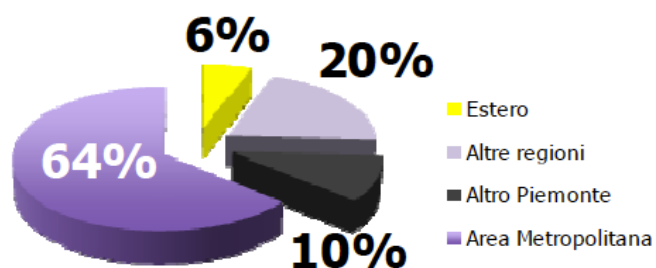
Se messo a confronto con quello di altre iniziative culturali del territorio metropolitano, in particolare con i dati sul pubblico elaborati dall'Osservatorio Culturale del Piemonte sui musei e luoghi culturali della regione, il pubblico del Week end delle Arti contemporanee risulta significativamente più giovane. Il 64% dichiara di avere meno di 45 anni mentre **circa 1/3 del campione ha tra i 25 e i 35 anni**. Ad Artissima il 43% del campione ha meno di 35 anni. Le donne sono più rappresentate rispetto agli uomini (52% vs 47%).

Età del pubblico



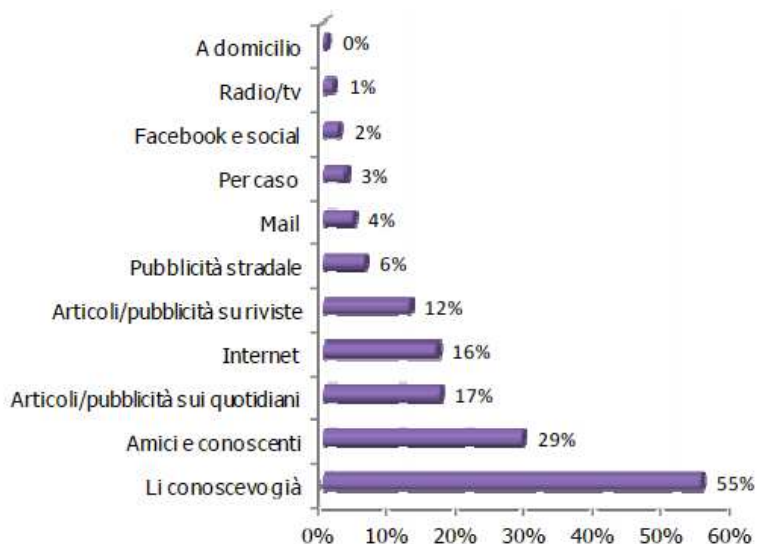
La maggior parte del pubblico proviene **dall'area metropolitana (64%)** a dimostrazione di come una città d'arte e cultura sia apprezzata innanzitutto dai suoi abitanti; il 36% proviene da fuori città: il 20% da altre regioni, con una netta prevalenza della Lombardia (1 visitatore su 2), il 6% arriva dall'estero.

Provenienza del pubblico



La conoscenza delle edizioni passate (55%) e il passaparola (29%) sono i principali canali di comunicazione degli eventi. Limitato, invece, il ricorso ai social media (2%), pur in presenza di un pubblico prevalentemente giovane.

La comunicazione



Soggiorno: durata e modalità

Quasi una persona su due che arriva da fuori città visita gli eventi in una sola giornata (47%); **il 53% invece si ferma più giorni**, prevalentemente due (19%) o tre (18%). Il 16% prolunga il soggiorno per periodi maggiori.

Per il pernottamento il turista **ricorre soprattutto alle strutture alberghiere (45%)**, ma è significativa la quota di visitatori che dichiara di fermarsi da parenti/amici (38%). Ancora bassa l'incidenza di chi sceglie i bed & breakfast (13%) o altre strutture (4%).



Amici e colleghi (43%) oppure partner/coniuge (27%) sono le compagnie più frequenti, ma è elevato anche il numero di chi arriva a Torino **da solo (26%)**, spesso si tratta di professionisti del settore. Rispetto al target del turista culturale emerso da precedenti indagini (in particolare la ricerca “Destinazione Torino”³), si riscontra una significativa contrazione del segmento “famiglia”, specialmente con bambini (è il 5%, mentre il valore medio di Torino si attesta sul 19%). Il dato conferma come la natura fieristica degli eventi del Week end delle Arti contemporanee richiami un turismo attento non solo alla componente *loisir*, ma anche a quella *commerciale/business*.

Dimensione economica e profili di spesa

La ricaduta economica diretta generata dagli eventi del Week end delle Arti contemporanee è di circa **3,7 milioni di euro**: 1,2 milioni per la ristorazione, 840mila euro per il pernottamento e 1 milione di euro per shopping e tempo libero.

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

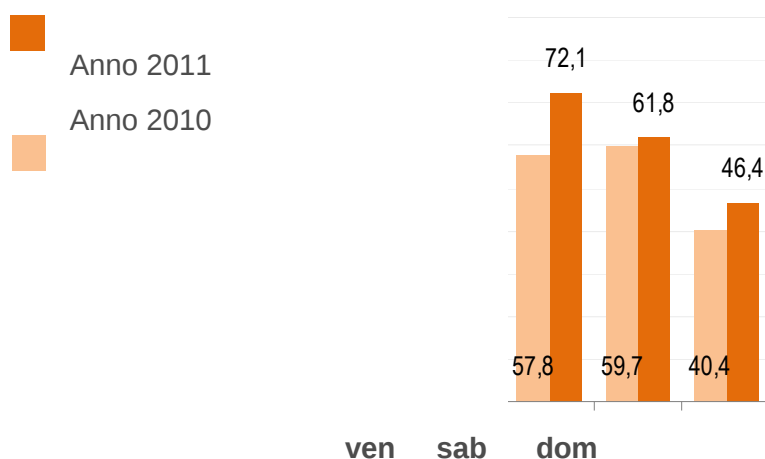
I benefici delle manifestazioni si riverberano ben oltre il perimetro delle infrastrutture culturali, producendo ricadute dirette e indirette anche sul comparto del turismo e del commercio locali, ricettività e ristorazione *in primis*.

³ Sviluppo Piemonte Turismo e Osservatorio Culturale del Piemonte, *Destinazione Torino: una meta turistica che conquista i visitatori*, Torino, 2009

Sulla base delle risposte fornite dagli intervistati che hanno dichiarato di aver utilizzato le strutture ricettive – alberghiere ed extra-alberghiere – dell'area metropolitana, si è stimato un risultato complessivo di circa 16mila pernottamenti per il Week end del 4-6 novembre 2011.

Un risultato positivo e in crescita confermato anche dai dati dell'Osservatorio Turistico Regionale⁴ (realizzato dalla Camera di commercio di Torino in accordo e in collaborazione con Federalberghi Torino, GTA-Unione Industriale e ADAT – Confesercenti): nel primo week end di novembre 2011 rispetto al 2010 l'occupazione delle camere aumenta in media del 7%.

Camere occupate a confronto (dati in %)



Quanto alla **spesa pro-capite**: rispetto al profilo del turista culturale emerso nell'indagine "Destinazione Torino", i visitatori richiamati nell'area metropolitana dagli eventi del Week end delle Arti contemporanee si caratterizzano per una disponibilità di spesa significativamente maggiore.

Se si prendono a riferimento le modalità di pernottamento in albergo, la spesa media del pubblico (169 euro al giorno) **risulta doppia rispetto al turista culturale** cui Torino è abituata (circa 84 euro al giorno). I visitatori che si fermano una sola giornata, senza pernottare, spendono circa 37 euro; chi ricorre a strutture extra-alberghiere arriva a 109 euro (solitamente sono 67 euro a testa).

Turista "Destinazione Torino" e turista WDAC: spesa media giornaliera a confronto

⁴ L'Osservatorio raccoglie in modo strutturato i dati di performance (*occupazione, tariffa media, ricavo medio per camera disponibile, aggregati in rapporti mensili e settimanali*) di 28 strutture alberghiere aderenti per un totale di oltre 3.100 camere

Tipologia di turista	Spesa media giornaliera "Destinazione Torino"	Spesa Media giornaliera pro capite WDAC
Turista – pernottamento in hotel	84,61	168,96
Turista – pernottamento in bed and breakfast	67,43	109,10
Turista – pernottamento da amici e parenti	32,53	65,88
Turista	65,64	111,42

Inoltre, **circa un visitatore su sette (15%) esprime l'intenzione di acquistare opere d'arte o di design durante il suo soggiorno/visita a Torino**. Prevale la disponibilità a spendere cifre modeste – inferiori ai 100 euro (46%) – ma c'è una quota importante di persone che, invece, dichiarano una capacità di spesa superiore ai 1.000 euro (ad Artissima questa quota supera il 30%).

Modalità di fruizione degli eventi

Artissima (con 45mila presenze) e **Paratissima** (con 50mila presenze) rappresentano le **maggiori attrazioni** dell'offerta complessiva del Week end delle Arti contemporanee sia per i residenti nell'area metropolitana sia per i turisti.

Il 60% del pubblico proveniente da fuori città **visita più di un evento**, oltre il 37% almeno tre.

Eventi visitati durante la permanenza

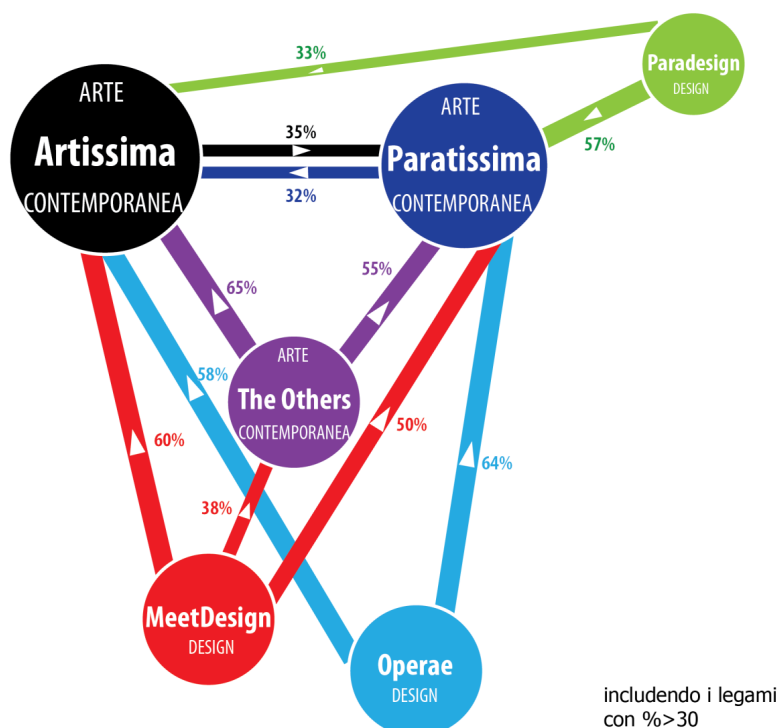


Il rapporto tra Artissima, principale evento, e le altre manifestazioni assume un carattere tendenzialmente "unidirezionale", soprattutto per quanto riguarda **turisti ed escursionisti**. Il pubblico della fiera del Lingotto si dimostra, infatti, "molto specializzato" e poco propenso a visitare il resto dell'offerta del week end. Guardando, invece, ai movimenti di pubblico in senso contrario, Artissima risulta tra le mete più visitate da parte degli utenti delle altre manifestazioni.

I residenti, invece, si caratterizzano per una fruizione allargata e trasversale: chi visita Artissima si reca a vedere le altre iniziative, in particolare Paratissima, che attira in assoluto il maggior numero di presenze.

Gli eventi di arte contemporanea si caratterizzano per bacini di pubblico con significativi livelli di sovrapposizione: circa 1/3 dei visitatori intervistati in ciascuna delle tre manifestazioni legate all'arte contemporanea ha dichiarato di aver visitato almeno una delle altre due. Diverso il caso delle iniziative sul design, i cui livelli di interconnessione con gli altri eventi, sia di arte che di design, sono molto più ridotti, se non addirittura inesistenti.

Flussi di pubblico tra eventi (turisti e residenti)



Soddisfazione del pubblico

Il pubblico si ritiene **molto soddisfatto** degli eventi relativi sia all'arte contemporanea (47% valutazione buona/molto buona; 17% ottima/eccellente) sia al design (27% buona/molto buona; 12% ottima/eccellente).

Il giudizio più positivo riguarda però in termini assoluti la **città di Torino** nel suo complesso, vero valore aggiunto dell'offerta del Week end; **i consensi di pubblico raggiungono il 90%**: il 50% degli intervistati valuta la città di Torino in modo ottimo/eccellente e il 40% in modo buono/molto buono.

L'“effetto città” è ormai percepibile sensibilmente: Torino rappresenta una realtà apprezzata, capace di valorizzare e fornire una cornice coerente alle singole manifestazioni.

Conclusioni

La ricerca evidenzia alcuni margini di crescita e di miglioramento.

I flussi di mobilità tra i diversi “poli” del Week end delle Arti contemporanee presentano alcuni problemi tipici del turismo di *short break* in luoghi ad alta densità di offerta locale. L'iniziativa distribuita su punti differenti, anche al di fuori del perimetro urbano, evidenzia nei comportamenti di fruizione **ancora poca trasversalità tra arte contemporanea e design**; inoltre la preferenza del pubblico per i movimenti di prossimità sfavorisce luoghi d'evento più periferici, come il Castello di Rivoli. Occorre dunque lavorare ancora sulla programmazione degli eventi e sul sistema dei trasporti per migliorare i collegamenti tra le diverse iniziative.

Esiste ancora una differenza di potenziale tra l'arte contemporanea e il design. Il **design**, nel contesto degli eventi torinesi, rappresenta una novità ratificata con l'ottenimento nel 2008 del World Design Capital. Un'offerta interessante, ma che **deve ancora raggiungere la maturità e il posizionamento** - anche in termini di immagine e di identità - ottenuto dal sistema dell'arte contemporanea (che però ha al suo attivo più di venti anni di progetti e di collaborazione interistituzionale).

Possibili sviluppi per gli eventi di design torinese e piemontese sono rappresentati dalle nuove sfide della sostenibilità, dell'ambiente, della mobilità intelligente e dell'utilizzo dello spazio pubblico: un contributo che potrebbe rivelarsi decisivo per la nuova immagine e candidatura di Torino a " Smart City".



WEEK END DELLE ARTI CONTEMPORANEE

di Fondazione Fitzcarraldo

Torino, 5 aprile 2012 *** **Oltre 125mila presenze**, di cui **23mila tra turisti ed escursionisti** richiamati a Torino dagli eventi di arte e design; una ricaduta economica diretta di circa **3 milioni e 700mila euro** e **una spesa giornaliera dei turisti doppia rispetto alla media** cui Torino è abituata. Sono solo alcuni dei dati che caratterizzano l'ultimo Week end delle Arti contemporanee tenutosi in città dal 4 al 6 novembre scorso.

Come è ormai tradizione Torino, il primo (o il secondo) fine settimana di novembre, affianca all'inaugurazione di alcuni eventi più noti, come Luci d'Artista e Artissima, una molteplicità di eventi, mostre e mostre-mercato di arte contemporanea e appuntamenti connessi al design.

I risultati economici e di pubblico dell'edizione 2011 sono stati presentati oggi a Palazzo Birago: lo studio è stato sostenuto dalla Camera di commercio di Torino e realizzato dalla Fondazione Fitzcarraldo, centro indipendente di ricerca e formazione nel management e nelle politiche della cultura.

"Da alcuni anni stiamo valutando le ricadute dei principali eventi sul territorio torinese - ha ricordato Guido Bolatto, Segretario generale della Camera di commercio di Torino - E proprio mentre altre realtà italiane considerano inevitabili i tagli alla cultura, abbiamo deciso di valutare l'impatto e la generazione di valore prodotta dall'investimento in arte contemporanea e design, su cui la città punta da anni. I risultati ci dimostrano che, investendo in questi settori, i benefici arrivano al sistema dell'arte e della creatività, ma anche ai cittadini residenti. Soprattutto - grazie a questi eventi - Torino rafforza il proprio posizionamento strategico nella geografia delle metropoli a elevata dotazione creativo-culturale e attrae una domanda qualificata di turisti e professionisti".

Metodologia

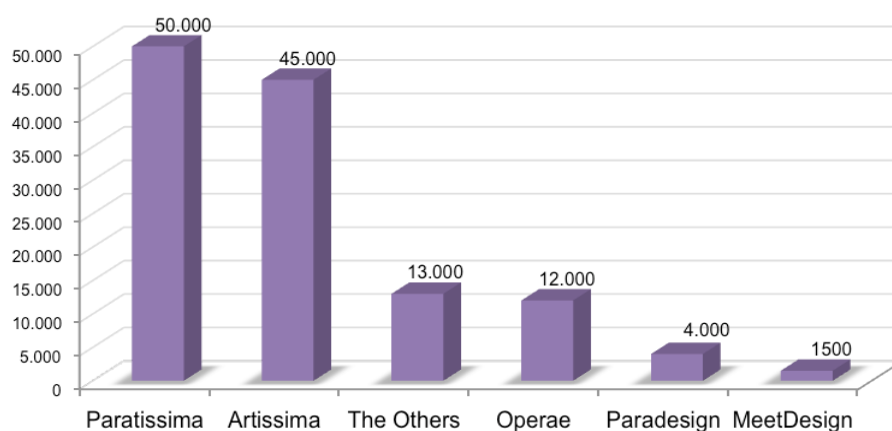
Per l'indagine sono state realizzate 1.260 interviste nei luoghi di fruizione dei 6 eventi principali del Week end delle Arti contemporanee: per l'arte contemporanea - Artissima, Paratissima e The Others; per il design - Operae, Paradesign e MeetDesign¹.

I risultati

Dimensione complessiva del pubblico

Le sei iniziative analizzate hanno fatto registrare **125mila presenze**, corrispondenti a poco meno di **70mila persone** (ciascuna persona può aver partecipato a più di un evento): 1/3 proviene dall'esterno dell'area metropolitana² per un numero complessivo di circa **23mila tra turisti ed escursionisti** richiamati a Torino per il Week end.

Stima delle visite suddivise per manifestazione



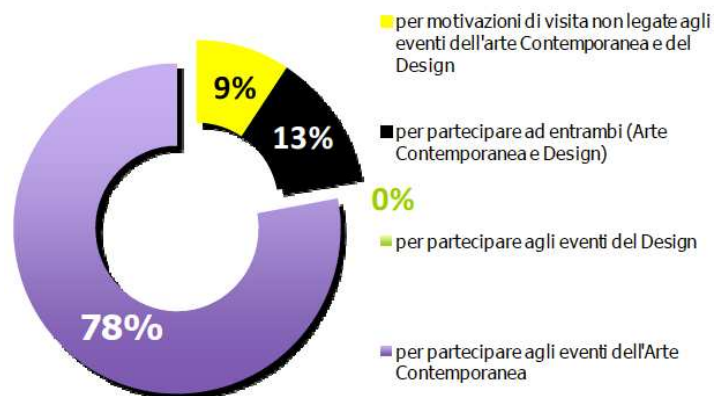
L'arte contemporanea rappresenta il principale fattore di attrazione del pubblico non residente (78%), mentre il design rappresenta per ora una motivazione aggiuntiva.

Non residenti: motivo della visita

¹ **Artissima**, fiera dell'arte contemporanea alla sua 18ª edizione, quest'anno con l'evento *off Artissima Lido* nel quartiere del Quadrilatero Romano; **Paratissima**, a San Salvario alla sua 7ª edizione, l'appuntamento in grado di convogliare il maggior numero di presenze; **The Others**, per la prima volta a Torino, ospitato presso le strutture delle Carceri Nuove.

Operae, fiera mercato del design autoprodotta, ospitata nel centro storico in tre diverse location: Borsa Merci della Camera di commercio di Torino, Piazzetta pedonale Madonna degli Angeli, salone Cavour dell'Hotel Sitea; **Paradesign**, sezione di Paratissima dedicata al design, nell'atrio della stazione di Porta Nuova; **MeetDesign**, spazio di esposizione e di confronto sul tema del design italiano e della cultura dell'abitare, all'interno di Palazzo Bertalazzone di San Fermo.

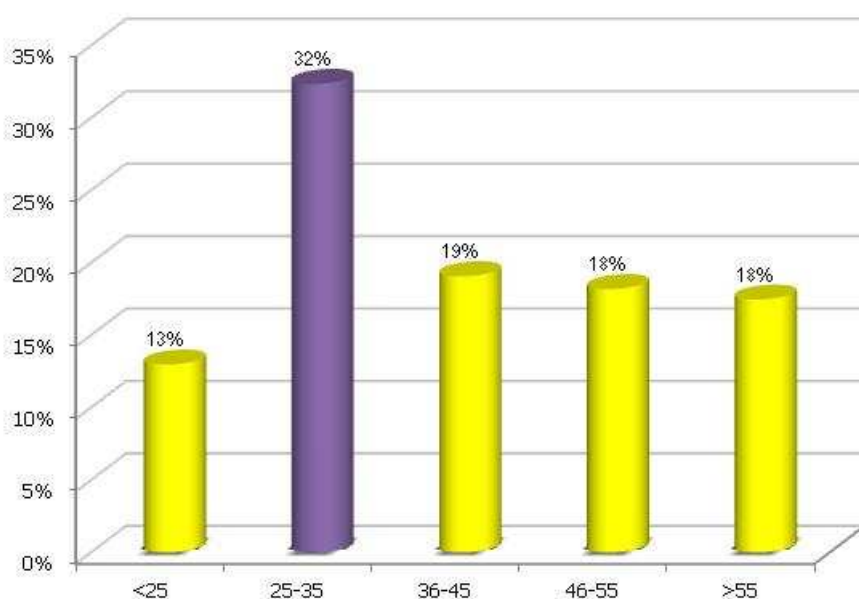
² Secondo la definizione dell'Agenzia della Mobilità Metropolitana: comprende 31 comuni della cintura torinese.



Profilo dei visitatori

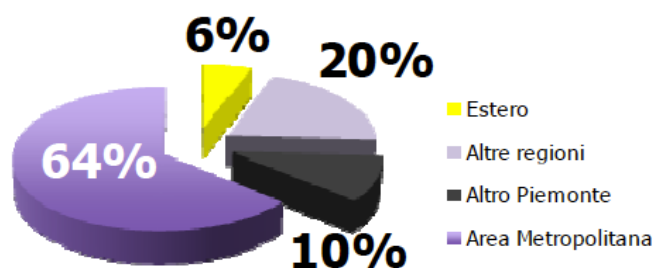
Se messo a confronto con quello di altre iniziative culturali del territorio metropolitano, in particolare con i dati sul pubblico elaborati dall'Osservatorio Culturale del Piemonte sui musei e luoghi culturali della regione, il pubblico del Week end delle Arti contemporanee risulta significativamente più giovane. Il 64% dichiara di avere meno di 45 anni mentre **circa 1/3 del campione ha tra i 25 e i 35 anni**. Ad Artissima il 43% del campione ha meno di 35 anni. Le donne sono più rappresentate rispetto agli uomini (52% vs 47%).

Età del pubblico



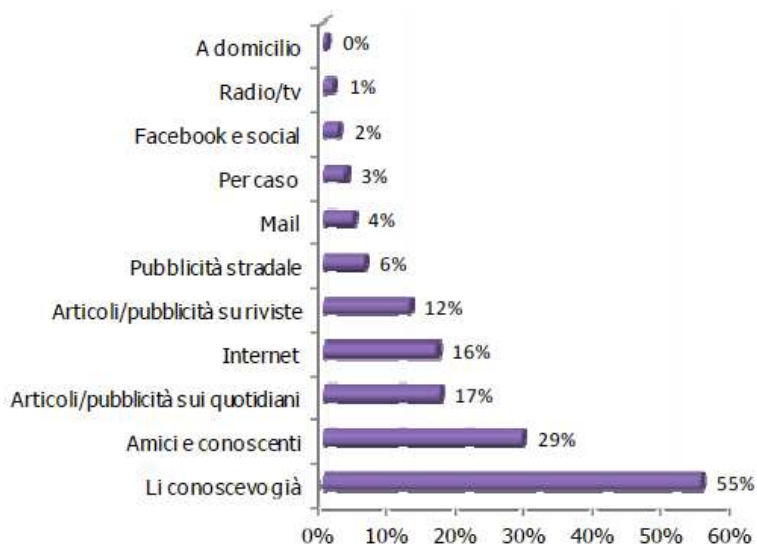
La maggior parte del pubblico proviene **dall'area metropolitana (64%)** a dimostrazione di come una città d'arte e cultura sia apprezzata innanzitutto dai suoi abitanti; il 36% proviene da fuori città: il 20% da altre regioni, con una netta prevalenza della Lombardia (1 visitatore su 2), il 6% arriva dall'estero.

Provenienza del pubblico



La conoscenza delle edizioni passate (55%) e il passaparola (29%) sono i principali canali di comunicazione degli eventi. Limitato, invece, il ricorso ai social media (2%), pur in presenza di un pubblico prevalentemente giovane.

La comunicazione



Soggiorno: durata e modalità

Quasi una persona su due che arriva da fuori città visita gli eventi in una sola giornata (47%); **il 53% invece si ferma più giorni**, prevalentemente due (19%) o tre (18%). Il 16% prolunga il soggiorno per periodi maggiori.

Per il pernottamento il turista **ricorre soprattutto alle strutture alberghiere (45%)**, ma è significativa la quota di visitatori che dichiara di fermarsi da parenti/amici (38%). Ancora bassa l'incidenza di chi sceglie i bed & breakfast (13%) o altre strutture (4%).



Amici e colleghi (43%) oppure partner/coniuge (27%) sono le compagnie più frequenti, ma è elevato anche il numero di chi arriva a Torino **da solo (26%)**, spesso si tratta di professionisti del settore. Rispetto al target del turista culturale emerso da precedenti indagini (in particolare la ricerca “Destinazione Torino”³), si riscontra una significativa contrazione del segmento “famiglia”, specialmente con bambini (è il 5%, mentre il valore medio di Torino si attesta sul 19%). Il dato conferma come la natura fieristica degli eventi del Week end delle Arti contemporanee richiami un turismo attento non solo alla componente *loisir*, ma anche a quella *commerciale/business*.

Dimensione economica e profili di spesa

La ricaduta economica diretta generata dagli eventi del Week end delle Arti contemporanee è di circa **3,7 milioni di euro**: 1,2 milioni per la ristorazione, 840mila euro per il pernottamento e 1 milione di euro per shopping e tempo libero.

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

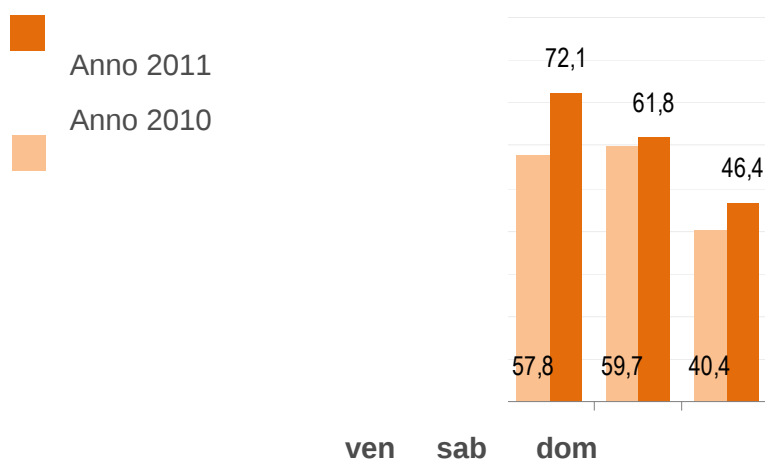
I benefici delle manifestazioni si riverberano ben oltre il perimetro delle infrastrutture culturali, producendo ricadute dirette e indirette anche sul comparto del turismo e del commercio locali, ricettività e ristorazione *in primis*.

³ Sviluppo Piemonte Turismo e Osservatorio Culturale del Piemonte, *Destinazione Torino: una meta turistica che conquista i visitatori*, Torino, 2009

Sulla base delle risposte fornite dagli intervistati che hanno dichiarato di aver utilizzato le strutture ricettive – alberghiere ed extra-alberghiere – dell'area metropolitana, si è stimato un risultato complessivo di circa 16mila pernottamenti per il Week end del 4-6 novembre 2011.

Un risultato positivo e in crescita confermato anche dai dati dell'Osservatorio Turistico Regionale⁴ (realizzato dalla Camera di commercio di Torino in accordo e in collaborazione con Federalberghi Torino, GTA-Unione Industriale e ADAT – Confesercenti): nel primo week end di novembre 2011 rispetto al 2010 l'occupazione delle camere aumenta in media del 7%.

Camere occupate a confronto (dati in %)



Quanto alla **spesa pro-capite**: rispetto al profilo del turista culturale emerso nell'indagine "Destinazione Torino", i visitatori richiamati nell'area metropolitana dagli eventi del Week end delle Arti contemporanee si caratterizzano per una disponibilità di spesa significativamente maggiore.

Se si prendono a riferimento le modalità di pernottamento in albergo, la spesa media del pubblico (169 euro al giorno) **risulta doppia rispetto al turista culturale** cui Torino è abituata (circa 84 euro al giorno). I visitatori che si fermano una sola giornata, senza pernottare, spendono circa 37 euro; chi ricorre a strutture extra-alberghiere arriva a 109 euro (solitamente sono 67 euro a testa).

Turista "Destinazione Torino" e turista WDAC: spesa media giornaliera a confronto

⁴ L'Osservatorio raccoglie in modo strutturato i dati di performance (*occupazione, tariffa media, ricavo medio per camera disponibile, aggregati in rapporti mensili e settimanali*) di 28 strutture alberghiere aderenti per un totale di oltre 3.100 camere

Tipologia di turista	Spesa media giornaliera "Destinazione Torino"	Spesa Media giornaliera pro capite WDAC
Turista – pernottamento in hotel	84,61	168,96
Turista – pernottamento in bed and breakfast	67,43	109,10
Turista – pernottamento da amici e parenti	32,53	65,88
Turista	65,64	111,42

Inoltre, **circa un visitatore su sette (15%) esprime l'intenzione di acquistare opere d'arte o di design durante il suo soggiorno/visita a Torino.** Prevale la disponibilità a spendere cifre modeste – inferiori ai 100 euro (46%) – ma c'è una quota importante di persone che, invece, dichiarano una capacità di spesa superiore ai 1.000 euro (ad Artissima questa quota supera il 30%).

Modalità di fruizione degli eventi

Artissima (con 45mila presenze) e **Paratissima** (con 50mila presenze) rappresentano le **maggiori attrazioni** dell'offerta complessiva del Week end delle Arti contemporanee sia per i residenti nell'area metropolitana sia per i turisti.

Il 60% del pubblico proveniente da fuori città **visita più di un evento**, oltre il 37% almeno tre.

Eventi visitati durante la permanenza

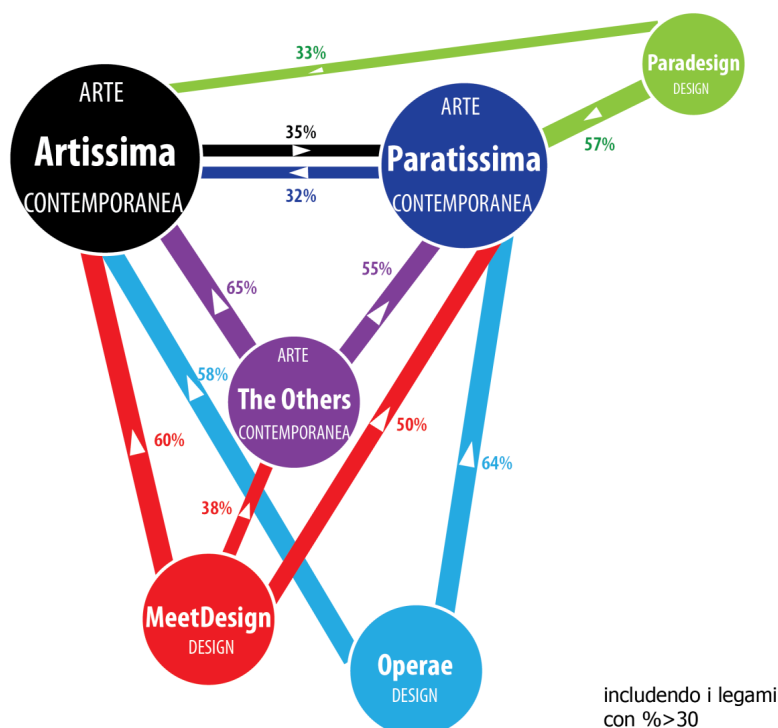


Il rapporto tra Artissima, principale evento, e le altre manifestazioni assume un carattere tendenzialmente "unidirezionale", soprattutto per quanto riguarda **turisti ed escursionisti**. Il pubblico della fiera del Lingotto si dimostra, infatti, "molto specializzato" e poco propenso a visitare il resto dell'offerta del week end. Guardando, invece, ai movimenti di pubblico in senso contrario, Artissima risulta tra le mete più visitate da parte degli utenti delle altre manifestazioni.

I residenti, invece, si caratterizzano per una fruizione allargata e trasversale: chi visita Artissima si reca a vedere le altre iniziative, in particolare Paratissima, che attira in assoluto il maggior numero di presenze.

Gli eventi di arte contemporanea si caratterizzano per bacini di pubblico con significativi livelli di sovrapposizione: circa 1/3 dei visitatori intervistati in ciascuna delle tre manifestazioni legate all'arte contemporanea ha dichiarato di aver visitato almeno una delle altre due. Diverso il caso delle iniziative sul design, i cui livelli di interconnessione con gli altri eventi, sia di arte che di design, sono molto più ridotti, se non addirittura inesistenti.

Flussi di pubblico tra eventi (turisti e residenti)



Soddisfazione del pubblico

Il pubblico si ritiene **molto soddisfatto** degli eventi relativi sia all'arte contemporanea (47% valutazione buona/molto buona; 17% ottima/eccellente) sia al design (27% buona/molto buona; 12% ottima/eccellente).

Il giudizio più positivo riguarda però in termini assoluti la **città di Torino** nel suo complesso, vero valore aggiunto dell'offerta del Week end; **i consensi di pubblico raggiungono il 90%**: il 50% degli intervistati valuta la città di Torino in modo ottimo/eccellente e il 40% in modo buono/molto buono.

L'“effetto città” è ormai percepibile sensibilmente: Torino rappresenta una realtà apprezzata, capace di valorizzare e fornire una cornice coerente alle singole manifestazioni.

Conclusioni

La ricerca evidenzia alcuni margini di crescita e di miglioramento.

I flussi di mobilità tra i diversi “poli” del Week end delle Arti contemporanee presentano alcuni problemi tipici del turismo di *short break* in luoghi ad alta densità di offerta locale. L'iniziativa distribuita su punti differenti, anche al di fuori del perimetro urbano, evidenzia nei comportamenti di fruizione **ancora poca trasversalità tra arte contemporanea e design**; inoltre la preferenza del pubblico per i movimenti di prossimità sfavorisce luoghi d'evento più periferici, come il Castello di Rivoli. Occorre dunque lavorare ancora sulla programmazione degli eventi e sul sistema dei trasporti per migliorare i collegamenti tra le diverse iniziative.

Esiste ancora una differenza di potenziale tra l'arte contemporanea e il design. Il **design**, nel contesto degli eventi torinesi, rappresenta una novità ratificata con l'ottenimento nel 2008 del World Design Capital. Un'offerta interessante, ma che **deve ancora raggiungere la maturità e il posizionamento** - anche in termini di immagine e di identità - ottenuto dal sistema dell'arte contemporanea (che però ha al suo attivo più di venti anni di progetti e di collaborazione interistituzionale).

Possibili sviluppi per gli eventi di design torinese e piemontese sono rappresentati dalle nuove sfide della sostenibilità, dell'ambiente, della mobilità intelligente e dell'utilizzo dello spazio pubblico: un contributo che potrebbe rivelarsi decisivo per la nuova immagine e candidatura di Torino a " Smart City".