
COMUNICATO STAMPA

Torino, 16 marzo 2010

“DESTINAZIONE TORINO”

UNA META CHE CONQUISTA I VISITATORI

Tramontata la visione di città grigia e industriale, Torino si consolida nell’immaginario dei turisti come città d’arte bella e accogliente. Più dell’80% visita almeno un museo e il 40% dichiara di trovarsi in città appositamente per farlo. Intanto, dalle prime anticipazioni sui flussi 2009 arrivi in crescita di oltre il 10%.

Bella e accogliente. E allo stesso tempo rinnovata e storica.

Questi sono alcuni degli aggettivi che contraddistinguono Torino nell’immaginario del turista che la vive oggi. Una città carismatica ed elegante, che regala ai suoi visitatori la sensazione di una piacevolezza del vivere, fortemente a “misura d’uomo”.

Aggettivi che rappresentano solo alcuni dei risultati emersi dall’indagine “Destinazione Torino. Una meta che conquista i visitatori”, realizzata dall’Assessorato al Turismo della Regione Piemonte in collaborazione con Sviluppo Piemonte Turismo e l’Osservatorio Culturale del Piemonte. Quest’ultimo aveva già realizzato un’analoga ricerca durante il periodo olimpico e post-olimpico, attraverso interviste ai visitatori raccolte nei punti di maggiore interesse della città: al centro della metodologia scelta c’è il turista, con le sue aspettative, le impressioni, le sue esigenze e valutazioni.

L’indagine è stata condotta da maggio a settembre 2009 su un campione di 656 visitatori (171 escursionisti di un solo giorno e 485 turisti con pernottamento), intervistati nei pressi di alcuni punti strategici dell’area metropolitana: Palazzo Madama, Museo Nazionale del Cinema, Piazza San Carlo, Piazza Vittorio Veneto, Reggia di Venaria.

Al campione sono state mostrate quattro composizioni fotografiche di Torino riferite a: cultura, movida diurna/notturna, enogastronomia e, infine, lo stereotipo della città avvolta dalla nebbia.

Quella di “città d’arte da ammirare” è l’immagine che domina (81% degli intervistati): Torino conquista con la bellezza di architetture, monumenti e musei ed è percepita come elegante e sontuosa, ma anche pulita, ariosa e verde. L’86% dichiara di aver visitato o di voler visitare uno o più musei e il 41% ne visita in media 2-3, dichiarando di trovarsi in città appositamente per farlo. Museo Egizio, Palazzo Madama, Reggia di Venaria e Museo del Cinema sono le quattro mete imperdibili a prescindere dalla durata del soggiorno.

Segue l’immagine di una “città da vivere” (7,9% degli intervistati), dinamica e accogliente.

Interessante notare che in coloro che hanno scelto di associare a Torino l’immagine che la ritrae avvolta nella nebbia (6,2% degli intervistati), la percezione di una “città romantica” ha

definitivamente cancellato quella di “città grigia”: l’aura, anche quando malinconica, viene percepita poetica e del tutto priva di accezioni negative.

Quella di “città dei sapori” è la quarta immagine che si lega a Torino (**4,8% degli intervistati**), confermando il valore aggiunto che l’**enogastronomia** genera sull’offerta turistica e culturale come vero e proprio “attrattore”.

L’età media del turista è di 43 anni, mentre la provenienza è per l’84% italiana (da Lombardia, Emilia Romagna, Piemonte, Veneto e Toscana) e **per il 16% estera da mercati limitrofi** (Francia, Svizzera, Olanda, Belgio, Germania e Spagna).

Il turista che visita Torino viaggia prevalentemente in coppia con il partner (44,8%), segue il **visitatore singolo (17,8%)** che normalmente giunge nel capoluogo per visitare amici o parenti, e infine i **nuclei familiari da 3-4 persone (13%)**, soprattutto nel caso di escursioni di un giorno.

Torino si conferma una destinazione da short break, ovvero da soggiorno breve con, in media, **3 pernottamenti**. La motivazione di viaggio è determinata nel **50,3%** dei casi da **curiosità per la città** e nel **30%** dei casi dal **passaparola di amici o parenti**.

Il 58% sceglie l’hotel, in media un tre stelle, e il 29% opta per l’ospitalità di parenti o amici (un dato particolarmente significativo di questi tempi, rappresentando una vantaggiosa soluzione di budget: ovvero, scelgo la destinazione dove ho qualcuno che possa offrirmi ospitalità).

La **spesa media giornaliera è di 66 euro a persona** nel caso di **chi pernotta in una struttura ricettiva** (85 euro in hotel, 67 euro in B&B) e **si dimezza a 33 euro per chi pernotta da amici o parenti**. **21 euro**, invece, **la spesa media dell’escursionista** di un giorno senza pernottamento.

Interessante notare che **il turista che visita i musei ha, in media, una spesa giornaliera che supera di più del doppio quella dei turisti che non lo fanno (68 euro contro 32 euro)**.

In definitiva l’indagine conferma che Torino, a quattro anni, ormai, dalle Olimpiadi e Paralimpiadi che ne hanno rilanciato l’immagine internazionale, è stata riscoperta non solo come città industriale, votata all’innovazione e alla ricerca, ma sempre di più anche come città d’arte e di cultura.

Un successo confermato, nonostante la crisi, anche dalle prime proiezioni sui flussi turistici 2009, che in controtendenza con il trend internazionale indicano una crescita degli arrivi a due cifre (maggiore al 10%, nel 2008 erano stati 1.080.000) e una crescita seppur lieve anche delle presenze (ovvero dei pernottamenti, nel 2008 erano state quasi 3 milioni). Dati che esprimono uno specifico **comportamento del turista** che, in questo momento di congiuntura, **non volendo rinunciare al viaggio sceglie di ridurne la durata** e che rappresentano un risultato **estremamente positivo per Torino, confermata tra le mete emergenti e in crescita del panorama turistico italiano**.