
COMUNICATO STAMPA

Torino, 22 maggio 2008

TURISMO: PIEMONTE RECORD DI CRESCITA

È la prima regione italiana per ritmo di crescita sulle presenze.

Dal 2000 a oggi arrivi in aumento di oltre il 32%.

La Russia il mercato emergente con presenze triplicate rispetto all'anno olimpico.

Il miglior risultato degli ultimi sei anni con **3.351.621 arrivi**, di cui circa un terzo dall'estero, in crescita del **+32,3% rispetto al 2000** e dell'**1,2% rispetto al 2006**.

Il Piemonte, inoltre, è la prima regione italiana per ritmo di crescita turistica con il numero dei pernottamenti che raggiunge i 10.316.710 (di cui 4.342.500 esteri e 5.974.210 italiani): escludendo le Olimpiadi, il **miglior risultato dal 2000 ad oggi**.

Il 2007 segna anche la miglior estate (2.012.478 arrivi e 6.441.076 presenze da maggio-ottobre), dopo una stagione invernale 2006-2007 caratterizzata dalla mancanza di neve e dal confronto con il picco olimpico.

I dati dell'**Assessorato al Turismo della Regione** sono stati elaborati da **Sviluppo Piemonte Turismo**, l'organismo regionale preposto all'attività di ricerca e sviluppo nel settore turistico, sulla base delle informazioni raccolte attraverso le otto Province del territorio e dei dati ufficiali di **ISTAT, ISNART, IRES, Politecnico e gruppo di ricerca Omero dell'Università di Torino**.

Un trend positivo che evidenzia la costante crescita negli anni del turismo piemontese. **Crescita che prosegue anche nel 2008**: le stime delle presenze nel **primo trimestre** sono pari a circa **+3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Tra i mercati stranieri **straordinaria performance della Russia** che si evidenzia come mercato emergente, con le **presenze triplicate rispetto al 2006** (da 59.088 a 173.411) e il **raddoppio degli arrivi** (da 16.667 a 42.246). Meta prediletta le montagne olimpiche, scelte dalla metà dei turisti russi arrivati nella nostra regione.

Al top del mercato straniero si conferma la Germania con un **+4,1%** delle presenze a quota 1.119.961 (e una ripresa più rapida rispetto al resto d'Italia) **seguita dalla Svizzera** **+3,4%** a quota quasi 300.000.

Il turismo si consolida e cresce in particolare sui 4 macro-prodotti su cui si fonda il Piano Strategico del Turismo:

- **La Montagna**

Le **stime delle presenze nel I trimestre 2008** sono molto positive: **+6,4%** rispetto allo stesso periodo del 2007 per le **Montagne Olimpiche** e **+3,5%** per gli **altri territori piemontesi della montagna invernale**. A gennaio 2008,

l'Osservatorio Nazionale della Montagna ha rilevato il **Piemonte come seconda destinazione alpina dopo il Trentino**.

L'estate 2007 ha registrato, invece, il **miglior risultato dal 2000** (1.248.038 presenze) e la **stagione invernale 2006-2007**, malgrado la mancanza di neve, nei confronti del periodo "olimpico" ha registrato **oltre 1.160.000 presenze, con una crescita di quelle italiane del 7,8%**.

Le **Montagne Olimpiche** registrano, esclusi i Giochi, il **più alto valore di arrivi assoluto** (279.880) e il **miglior risultato delle presenze** (1.278.658).

• I Laghi

Crescita costante, con l'estate 2007 che **supera la soglia delle 2.500.000 presenze e dei 600.000 arrivi, rispettivamente +8% e +3,8%** se confrontati con la stagione 2006.

In crescita del 9% le presenze del mercato estero, che rappresenta il 79,5% delle presenze complessive dei laghi. Le performance migliori arrivano dai **Paesi Bassi** (+9,4% e 434.080 presenze) e dalla **Francia** (+4,7% e 175.711 presenze) nel 2007 sul 2006.

• Torino

Il capoluogo piemontese è la **nuova destinazione "leisure" e la nota più positiva nel panorama italiano delle città d'arte**: le stime delle presenze del I trimestre 2008 sono in crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

Dai dati delle catene alberghiere: **da gennaio ad aprile 2008 Torino registra il +22% del tasso di occupazione delle camere negli alberghi rispetto allo stesso periodo del 2007**, unica città in crescita con Milano e Bologna contro la flessione del -10% di mete come Venezia e Roma.

Molto positive le prenotazioni nei ponti di aprile e maggio 2008 (50-80% dei posti letto) secondo l'opinione degli operatori del Piemonte Tourism Monitor, con **vendite delle Torino+Piemonte Card al +170% rispetto al 2001** (oltre 36.000 quelle vendute nel 2007). Grande successo del bus CitySightseeing Torino e delle offerte "Weekend in & Around Torino"; pienone nei Musei Egizio e Madama, passaggi triplicati al Museo del Cinema. Da segnalare il **boom della Reggia di Venaria** con 29.400 visitatori in 4 giorni nel ponte del I Maggio 2008 (oltre 571.000 complessivamente dall'apertura a oggi).

• Le Colline

Anche nel 2007 confermano la **migliore performance di tutto il territorio** con una **crescita del +7,2% degli arrivi** (529.953) e **+4,6% delle presenze** (1.221.741) rispetto al 2006. Determinante il mercato estero: la Germania con 112.162 presenze, la Svizzera con circa 90.000 e la Francia con 40.373; in crescita anche Regno Unito +28,8% e 26.703 presenze e Paesi Bassi e Belgio con +10,4% e 34.690 presenze.

Il Piemonte balza al 2° posto tra le destinazioni enoturistiche italiane (indagine www.winenews.it), con le Langhe al 1° posto fra i distretti del vino e il Barolo medaglia d'oro nella classifica dei vini ricondotti direttamente al territorio.

Lo sguardo sulle singole ATL (Agenzie Turistiche Locali) mostra una crescita rilevante di **Langhe e Roero** (+11,34% e 443.000 presenze; +12,29% e 195.415 arrivi), del **Distretto Turistico dei Laghi** (+7,68% e 3.309.000 presenze; +1,82% e 869.752 arrivi), **Novara** (+10,39% e 398.171 presenze; +27,3% e 180.859 arrivi), **Cuneo** (+3,61% e 920.891 presenze; +10,78% e 262.467 arrivi), **Alessandria** (+2,19% e 550.385 presenze; +5,96% e 239.095 arrivi), **Valsesia e**

Vercelli (+19,08% e 325.490 presenze; +9,24% e 72.647 arrivi). In leggera flessione, invece, **Asti** (-1,3% e 228.357 presenze; +0,71% e 95.443 arrivi) e **Biella** (-4,9% e 219.504 presenze; -0,41% e 73.813 arrivi).

Per quanto riguarda **il sistema museale** (dati Osservatorio Culturale Piemonte), quest'ultimo **attrae soprattutto le donne che sono il 56% dei visitatori totali**. L'età media è intorno ai 40 anni, ad eccezione del Museo del Cinema che ha un pubblico sensibilmente più giovane rispetto a quello degli altri musei (età media di 34 anni). In generale **i musei mostrano una nuova e rafforzata capacità di attrarre pubblico** al di fuori dei confini regionali, ponendosi spesso come "attrattori" strategici in grado di connotare il sistema di offerta turistica nei confronti dei diversi target del turismo culturale. **il 38% proviene da altre regioni italiane** (in particolare Lombardia, Emilia-Romagna, Toscana e Lazio), mentre **il 9% dall'estero**.

Le presenze extraregionali sono state più rilevanti nei giorni festivi e nei week end e si riscontrano in particolare al Museo Egizio (61%) e al Museo del Cinema (58%). Buona percentuale di pubblico fuori regione anche per la Reggia di Venaria (35% soprattutto da Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto).

E' interessante notare come anche nei musei e beni culturali diffusi sul territorio regionale emergano realtà in grado di attirare quote significative di utenza extraregionale: dal 17% del Filatoio Rosso di Caraglio, al 26% del Castello di Racconigi al 30% dell'Arca di Vercelli.

Infine, per tutti i macro-prodotti di riferimento emerge, dalle indagini di customer satisfaction, l'importanza del "**passaparola**" e del **crescente uso di internet** e un'**alta propensione al ritorno**:

• **72% in Montagna:**

Il 58% dei turisti ospitati in albergo visitava il Piemonte per la prima volta, grazie al passaparola ma sempre più anche grazie a Internet. Il turista invernale si ferma in media una settimana, arriva per fare sport e in prevalenza con amici. Apprezza, nell'ordine: la bellezza della destinazione, la qualità dell'albergo, il buon rapporto qualità/prezzo e la qualità del comprensorio.

• **79% sui Laghi:**

Il turista arriva grazie al consiglio di parenti e amici, la permanenza dura da 2/3 giorni fino a una settimana per una vacanza relax da vivere con la famiglia, legata soprattutto alla bellezza della destinazione, alla qualità alberghiera e dell'accoglienza.

• **82% a Torino:**

L'identikit del turista che sceglie Torino, arriva grazie al passaparola (ma internet è in crescita) e si ferma per 2 o 3 giorni, viene per una vacanza relax, ma anche per lavoro e affari e per visitare parenti e amici, di solito in compagnia della famiglia o degli amici.

• **85% nelle Colline:**

Il turista delle colline piemontesi si affida al consiglio di amici e parenti, si ferma generalmente per il weekend e cerca una vacanza relax tra cultura ed enogastronomia, in compagnia di famiglia o amici.

*"Le numerose presenze di oggi - dichiara **Mercedes Bresso**, presidente della Regione - dimostrano come il turismo sia, ormai, uno degli elementi rilevanti per lo sviluppo economico della nostra regione. I dati riportati dall'Associazione delle Catene Alberghiere segnalano una ripresa positiva del mercato italiano che poco tempo fa aveva avuto una dura battuta d'arresto. In generale, però, le città d'arte sono in calo e le uniche eccezioni a questo trend sono Torino, Milano e Bologna. La Reggia di Venaria, i festeggiamenti per il 150 dell'Unità d'Italia e la prossima ostensione della Sindone non potranno che contribuire a un'ulteriore crescita. Così come il rilancio del sistema congressuale che ci vede a lavoro con il Comune per dotare Torino di un centro congressi da grandi numeri. La direzione intrapresa va verso l'allargamento dello spazio fieristico del Lingotto sull'Oval, in modo da creare un ambiente in grado di accogliere fino a 10.000 persone. Un altro jolly per eventi medio-grandi potrà essere il PalaIsozaky, riadattato grazie alle sue strutture mobili. Infine stiamo lavorando per dotare anche il centro storico di un centro congressi di medie dimensioni, in modo da sfruttare al meglio le tante strutture ricettive di qualità presenti nel cuore di Torino."*

*"Il Piemonte – dichiara **Giuliana Manica**, Assessore Turismo della Regione – è riuscito a confermarsi, nel giro di pochi anni, come meta turistica di primissimo livello. I turisti sono cresciuti di oltre il 32% con un incremento anche dopo le Olimpiadi. I dati che vengono forniti oggi sono il risultato di un ottimo lavoro di collaborazione tra pubblico e privato: la nostra regione è stata capace di frenare la fisiologica caduta post-olimpica e, oggi, il numero di imprese turistiche, la maggior parte delle quali è gestita da donne, è molto rilevante. L'offerta ricettiva tradizionale è ora accompagnata da nuove forme di accomodation come b&b o campeggi. La chiave unificante la nostra offerta è senz'altro l'eccellenza, accompagnata da accessibilità e sostenibilità. Temi su cui puntiamo molto e per i quali abbiamo intrapreso numerosi progetti come Turismabile, rivolto alle persone con esigenze speciali. Il nostro obiettivo è quello di incrementare questi dati già positivi, destagionalizzando ulteriormente i flussi e mantenendo al top la visibilità che le Olimpiadi ci hanno donato."*

Josè Urso
335/7940036
Ufficio Stampa Giunta Regionale
Assessorato Turismo, Sport e Pari Opportunità
jose.urso@regione.piemonte.it