



I DATI DEFINITIVI DELL'OSSERVATORIO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Il Natale magico del turismo a Torino Le presenze crescono più che a Milano

Successo del programma di spettacoli e della convenienza dei prezzi degli alberghi

CLAUDIA LUISE

Un Natale davvero «magico» per il turismo a Torino. Complice la programmazione scelta per le festività, il capoluogo ha registrato i migliori dati degli ultimi 4 anni sul riempimento degli alberghi e sui ricavi generati, sbaragliando anche la concorrenza di città storicamente forti come Milano. Già prima di Capodanno gli operatori di settore si erano detti entusiasti del risultato, ora la conferma arriva dall'Osservatorio alberghiero, strumento di analisi della Camera di commercio realizzato in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e le associazioni di categoria del settore. Nel periodo compreso tra il 24 dicembre e il 5 gennaio, è cresciuto dell'11,1% rispetto al 2017 il tasso medio di occupazione delle camere, attestandosi al 54,8% (era il 49,3%), e del 9,6% il prezzo medio di vendita, che è passato dagli 83,7 euro medi del 2017 ai 91,7 euro del 2018. Di conseguenza si è registrato un aumento netto dei ricavi che con una media di 50,25 euro a camera venduta, supera del

CHIARA APPENDINO
SINDACA
DI TORINO

Un anno di lavoro e ora i risultati sono la risposta a due anni e mezzo di refrain su Torino senza turismo

21,7% il dato del 2017 (41,28 euro). «Un anno di lavoro e ora, finalmente, vediamo i risultati che sono anche una risposta a due anni e mezzo di refrain su una Torino grigia, senza eventi e senza turismo, una risposta di cui dovremmo andare tutti orgogliosi e che, grazie a impegno e collaborazione, sarà solo l'inizio», commenta la sindaca Chiara Appendino soddisfatta per i numeri «con i quali vince la città» raggiunti grazie a «collaborazioni con grandi artisti, partnership a livello internazionale, coinvolgimento delle realtà del territorio».

Tutti i valori sono in crescita, anche se confrontati con gli stessi periodi di anni pre-



Il pubblico in piazza Castello nella notte di Capodanno

11,1%
È il tasso di crescita dell'occupazione delle camere rispetto al periodo natalizio 2017

54,8%
È la percentuale di camere occupate nel periodo Natale - Epifania

91,7
euro è il costo medio di vendita di una stanza in hotel: lo scorso anno era di 83,7 euro

cedenti: i ricavi nel 2015 si fermavano a 38,50 euro per camera venduta. Meglio il 2016 con 43,38, sceso nel 2017 a 41,28. Bene anche il confronto con l'eterna rivale, Milano. Il capoluogo lombardo, nonostante un'occupazione paragonabile a quella torinese (55,6% rispetto a 54,8% da noi nel 2018), ha un incremento dei ricavi rispetto allo scorso anno che si ferma tuttavia al +10,17% (+21,7% a Torino). Le due città sono invece ancora lontane per quanto riguarda i ricavi per camera venduta che raggiungono i 70,9 euro (a Torino 50,25), anche grazie a tariffe di vendita decisamente superiori (127,44 euro in media rispetto ai 91,7 torinesi). Per l'assessore al Commercio e al Turismo, Alberto Sacco, si tratta di un risultato ottenuto grazie a un lavoro di promozione all'estero «poco conosciuto tra i torinesi ma fondamentale per ripositionare la città nel mondo». «Con la magia - spiega Sacco - siamo partiti già mesi fa per raccontare la nostra idea all'estero. Non volevamo una singola manifestazione, come un concerto solo a Capodanno, ma una programmazione che coinvolgesse per un mese intero, anche per differenziarci da altre località che avevano proposte più limitate nel tempo». Una strategia che proseguirà nel 2019 con la promozione degli eventi legati ai 500 anni dalla morte di Leonardo. «Già durante la finale del Bocuse d'or a Lione, il 30 gennaio, inizieremo a diffondere il programma». —