



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



Gli alberghi duramente colpiti cercano soluzioni per attutire la profonda crisi

Torino, 15 ottobre 2020 **** *“Il settore alberghiero è in ginocchio a causa dell'emergenza sanitaria, ma nonostante tutto guarda avanti. - dichiara **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino - Abbiamo cercato in questi mesi di non perdere tempo, pensando insieme a iniziative comuni. Abbiamo puntato in particolare alle attività sui social media, con cui abbiamo posizionato Torino nell'immaginario e nei desiderata di turisti italiani e, per quanto possibile, stranieri: non appena la situazione migliorerà, ci auguriamo di raccogliere e concretizzare un buon numero di risposte. Certamente i nostri albergatori ora sono duramente colpiti, come dimostrano i dati del nostro Osservatorio, e stanno cercando di percorrere tutte le strade possibili offerte dal nostro territorio, ma anche provenienti a livello nazionale, per riuscire almeno a coprire i costi fissi”.*

I dati **dell'Osservatorio alberghiero**, strumento di analisi della **Camera di commercio di Torino**, realizzato in collaborazione con **Turismo Torino e Provincia e dalle associazioni di categoria del settore**, danno due tipologie di dati: l'Osservatorio alberghiero tradizionale, che raccoglie giornalmente i dati di vendita e pricing di diverse strutture alberghiere, aggregandoli tempestivamente in report complessivi e confrontandoli con gli stessi dati degli anni precedenti, e l'Osservatorio alberghiero Previsionale, adottato da pochi mesi e quindi senza raffronto con l'anno precedente, ma utile nel monitorare il trend della domanda nel breve periodo.

I dati del 2020 fino a fine agosto danno un calo dell'occupazione del 53,4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, considerando che gennaio è stato uguale, mentre il calo è cominciato già da febbraio, ha raggiunto il massimo con il -91,2% in marzo e lo zero ad aprile; poi una lentissima ripresa con il massimo dell'occupazione a luglio con il raggiungimento del 28,8%.

Dal punto di vista previsionale, purtroppo si può dire poco senza raffronto, ma è certo (perché lo si capisce dal consuntivo) che è molto diffuso il last minute/second (ultimi tre giorni) per avere qualche camera occupata.

La Camera di commercio di Torino e le associazioni alberghiere hanno comunque attivato alcune iniziative nell'estate, per fare i conti di giorno in giorno con scenari in continua evoluzione, per sfidare la preoccupazione e per avere qualche riscontro, se non ora, almeno per il futuro.

Era stato già previsto per l'inizio di quest'anno il progetto **#torinotales**, che voleva consolidare l'immagine di Torino e del territorio come meta *city break* o anche per soggiorni più lunghi nel comparto *leisure*. Realizzata in collaborazione con **Turismo Torino e Provincia**, questa iniziativa prevedeva alcuni **influencer marketing** provenienti proprio da mercati esteri di prossimità, come Germania, Francia ed Inghilterra: la crisi sanitaria ha radicalmente cambiato il concetto di turismo e le possibilità di movimento e tutto è stato rimandato a ottobre. Purtroppo, in questo momento non ci sono possibilità di visite, vista la situazione di emergenza in atto in Francia e Inghilterra, e quindi si è posticipato il loro nel 2021. È prevista invece la presenza **dal 19 al 22 ottobre** di Nastasia.life, instagrammer con 131mila follower che arriva da Berlino.

Nel frattempo però, per stimolare il mercato italiano, con la formula **#camminagustarespira** sono stati invitati dall'1 al 9 luglio **tre influencer marketing italiani**: Bimbi e Viaggi (target family), blog con oltre 50mila lettori mensili e seguito su IG

da oltre 10.500 utenti; Miprendoemiportovia (target coppie), blog con oltre 36mila lettori mensili e seguito su IG da oltre 64mila utenti; Running Charlotte (target sportivi), instagrammer seguita su IG da oltre 16mila follower. Temi centrali delle esperienze proposte: enogastronomia, soft outdoor, musei e l'idea di poter respirare all'aria aperta grazie ai molteplici spazi verdi e ai dehor presenti a Torino e grazie alle proposte sportive nelle colline e montagne della provincia.

Questa importante esperienza ha evidenziato l'interesse da parte del mercato italiano per la città e il territorio di Torino, e in particolare ha permesso di rispondere all'esigenza di comunicare una destinazione sicura attraverso fonti affidabili e di grande rilevanza nel loro settore. Oltre **4milioni di impressions totali** (dirette + indirette) è il risultato di questa prima campagna e i post, salvati anche per visite future, hanno permesso di fugare dubbi a chi sta per mettersi in viaggio e ai visitatori che intendono scoprire nuovi percorsi.

Altro progetto molto amato da chi vive i social e dai viaggiatori, è stato **#torinochemeraviglia**, promosso dalla Camera di commercio di Torino, in collaborazione con le associazioni di categoria **Asshotel, Federalberghi Torino, Gruppo Turistico Alberghiero-UI** e con partner tecnico Immodrone, che dal 2018 ha portato visibilità raccontando Torino e il suo territorio a tutti i mercati, con oltre 10 milioni di visualizzazioni. In particolare, con una campagna inedita, si sono registrati buoni risultati con **#torinochemeraviglia estate 2020**. Dall'8 luglio, ogni settimana sono stati trasmessi **8 video su temi verticali** di Torino, dal golf ai laghi e alle colline, dalle piazze alle montagne: si è puntato quindi sugli **spazi aperti e sull'outdoor** nella nuova chiave richiesta dalla situazione di emergenza sanitaria, evidenziando i valori di sicurezza e pulizia, ma con la massima serenità, il benessere in tutte le sue declinazioni e, naturalmente, l'unicità della destinazione. Con una performance globale della campagna, sponsorizzata anche su Facebook e Instagram, nell'arco di due mesi ci sono state **1 milione e 600mila visualizzazioni totali**. L'andamento medio della singola campagna è andato aumentando: da 80mila visualizzazioni della prima settimana fino a punte di 275mila per il tema golf, mantenendo una media settimanale di circa 200mila visualizzazioni. Ogni video è stato anche pubblicato ogni settimana sul sito e sui social istituzionali della Camera di commercio di Torino.

Anche la certificazione **Covidless Approach & Trust**, a cura dell'Università di Torino, arrivata per la città a inizio agosto, ha certamente influito sull'idea di una meta turistica più sicura di altre.

Gli albergatori chiedono di proseguire su questa strada per far sì che Torino sia una meta di viaggio degli italiani nei prossimi delicatissimi mesi, riuscendo quindi a superare questa fase di profonda e acuta crisi.

*"Tutto ciò che può essere utile a mitigare la profonda crisi in cui è piombato da mesi il nostro settore è benvenuto - sottolinea **Giulia Beccaris, Presidente Asshotel Confesercenti** - I sostegni alle attività nell'emergenza sono indispensabili e anzi vanno incrementati, rafforzati e resi più efficaci, poiché ciò che si è fatto sinora non è certamente sufficiente. Tuttavia, questo non basta: è necessario un impegno di tutti i soggetti pubblici e privati per un piano straordinario di rilancio del nostro territorio capace di vedere al di là della contingenza. Le imprese devono essere accompagnate nel non facile cammino dell'uscita dall'emergenza, ma anche essere messe in grado di cogliere tutte le opportunità nel momento - che auspichiamo il più vicino possibile - della ripartenza."*

*"Il comparto turistico-ricettivo necessita di aiuti concreti e immediati per far fronte a una crisi senza precedenti e per resistere fino alla ripresa - dichiara **Fabio Borio, Presidente di Federalberghi Torino** - Parallelamente dobbiamo sfruttare questo delicato momento per investire nella comunicazione mirata e nella promozione del territorio attraverso prodotti turistici adeguati, sono quindi indispensabili una nuova visione, una strategia turistica innovativa e un modello organizzativo aperto. Ultima ma non certo meno importante è la programmazione degli eventi 2021 che deve essere pensata e realizzata*

ora. Chiediamo alle Istituzioni locali scelte coraggiose a sostegno della nostra categoria per scongiurare gli effetti più nefasti di una crisi che sarà ancora lunga.”

*“Come appare evidente la situazione è di una gravità tale da rendere ancora più urgente la necessità di inserire le politiche locali del turismo nell’ambito di un progetto strategico di ampio respiro che, una volta superata l’emergenza COVID, garantisca una crescita strutturata del comparto turistico. Proprio per far fronte a questa esigenza - afferma il **Presidente del Gruppo Turistico Alberghiero dell’Unione Industriale, Federico de Giuli** - durante i mesi del lockdown il nostro sistema associativo ha realizzato una ricerca che abbiamo presentato a fine luglio che individua alcune linee guida per la riorganizzazione dell’offerta turistica. Crediamo che sia urgente concentrarsi operativamente sulla definizione di azioni concrete di rilancio. Allo stesso tempo si pone un problema di sopravvivenza per molte imprese specie alberghiere o di intermediazione che rappresentano un patrimonio imprescindibile per l’economia e su cui poggia una parte importante del nostro PIL.”*

Per informazioni:

Settore Comunicazione esterna e URP - Camera di commercio di Torino

Tel. 011 571 6655 www.to.camcom.it/comunicatistampa @CamComTorino