

===== *comunicato stampa*

Torino, 30 giugno 2010

DOCUMENTO ASCOM

**ASCOM SU TURISMO CONGRESSUALE:
“PER TORINO, OCCORRE CON URGENZA PENSARE AD UN NUOVA
MODERNA SEDE CONGRESSUALE, DI MEDIE DIMENSIONI MA DI
AMBITO URBANO, CAPACE DI AMALGAMARSI E FARE RETE CON
TUTTO IL VARIEGATO SISTEMA DEL TERZIARIO TURISTICO-
COMMERCIALE E DEI SERVIZI CHE LA NOSTRA CITTA' E'
AMPIAMENTE IN GRADO DI OFFRIRE”**

PREMESSA: TURISMO SETTORE STRATEGICO PER L'ECONOMIA
TORINESE

Nell'ambito del processo di riconversione economica che il torinese e più in generale l'intera regione stanno attraversando, **il turismo si conferma come uno dei settori più dinamici e con interessanti prospettive di sviluppo** sia in termini di occupazione che di apporto al Pil.

A conferma di questa affermazione basti considerare che mentre lo scorso anno in Italia, per la crisi internazionale, si è assistito ad una contrazione di oltre il 4 per cento delle presenze turistiche complessive, **in Piemonte il settore, in controtendenza, non soltanto ha tenuto ma anzi ha fatto registrare un lieve aumento (+0,28 per cento) delle presenze (oltre 11,5 milioni di pernottamenti) ed un forte incremento (+ 11,2 per cento) degli arrivi (oltre 3,8 milioni),** soprattutto legati ad un mercato nazionale e regionale.

Un risultato che ha potuto essere conseguito in virtù delle **politiche di promozione e di valorizzazione** dell'offerta delle nostre diverse realtà territoriali attuati dalle varie Istituzioni preposte ma **anche grazie ai significativi investimenti che gli operatori** hanno effettuato sia sul versante del potenziamento dell'offerta e dell'innovazione nei servizi ma anche su quello della crescita delle condizioni di accoglienza dei diversi territori.

Come emerge anche dai dati recentemente diffusi dall'Osservatorio Regionale sul

(segue)

Turismo, tra i prodotti di punta **“la Montagna” si conferma al primo posto** (3,3 milioni di presenze ed il 28,7% dei pernottamenti totali), **al secondo posto si consolida “Torino”** che supera i record olimpici (più di 3 milioni di presenze e quasi 1,3 milioni di arrivi), **ed a seguire “il prodotto laghi”** (2,3 milioni di presenze e quasi 610 mila arrivi) e **“le colline”** (1,3 milioni di presenze e 550 mila arrivi).

TURISMO D’AFFARI: IL FIERISTICO ED IL CONGRESSUALE

Il turismo legato a motivi d’affari e professionali mantiene un peso molto rilevante sui flussi piemontesi, pari a **circa un terzo dei pernottamenti** del 2009 ed è nostra convinzione che, **se messo nelle condizioni, potrebbe facilmente incrementare tali volumi e generare interessanti sinergie e ricadute economiche per tutto il territorio.**

In questo ambito il **settore fieristico torinese**, come emerge dall’XI rapporto del **Comitato Rota**, pare aver **risentito meno nel corso del 2009 degli effetti della crisi economica** (-8,6 per cento di espositori) rispetto ad altre realtà italiane; pur tuttavia **continua il declino del polo torinese** che dopo essere arrivato ad essere tra i primi d’Italia, arretra costantemente nel panorama del sistema fieristico nazionale, sia per numero che per rilievo di fiere e saloni.

Sul versante del **turismo congressuale**, il settore – dati Regione Piemonte e Osservatorio Congressuale Italiano - con i suoi quasi **9.500 eventi**, ha generato nel **2008, 2 milioni di congressisti (+ 12,6 per cento) e 2,5 milioni di pernottamenti, in controtendenza rispetto al trend nazionale** che manifesta una contrazione del 5 per cento.

A crescere sono soprattutto gli eventi di media dimensione (100 – 300 partecipanti +5 per cento/ 330 – 500 partecipanti + 3 per cento) come frutto del contenimento dei budget, a fronte della congiuntura economica mondiale, anche se risultano in crescita pure i grandi e mega eventi. Per quanto riguarda la **provenienza dei congressisti**, risultano in crescita i congressi regionali (+5,4 per cento) e quelli internazionali (+ 11 per cento) mentre **in flessione risultano i meeting nazionali.**

Quanto a numero di eventi sono le strutture congressuali alberghiere ad avere la netta prevalenza organizzativa (oltre 8.000 congressi) ma **sono i centri congressi specializzati**, che pur con meno di 500 eventi, **generano il 78 per cento del mercato di settore, una permanenza media di tre giorni per congressista ed i maggiori volumi in termini di presenze.**

Al di là degli importanti volumi in termini di flussi turistici ed economici originati in modo diretto dal turismo legato a motivi d’affari e professionali, **questo settore, in**

(segue)

particolare per il contesto torinese, risulta quanto mai importante per le ricadute che indirettamente origina anche sui territori limitrofi.

Una riprova dell'importanza degli eventi fieristici in termini di ricaduta sul territorio circostante, ad esempio, è chiaramente riportata dalle risultanze di una serie di studi e di indagini del 2009 sulla Fiera del Libro da cui emerge che l'evento ha originato costi complessivi per gli espositori e per i visitatori stimati in 52,5 milioni di euro di cui oltre il 52% è speso per acquisti interni alla Fiera, ma più del 20% (oltre 10,5 milioni) per la ristorazione, più del 15% (quasi 8 milioni) per pernottamenti, il 5,5% (quasi 2,9 milioni) in trasporti e più del 5% (quasi 2,7 milioni) in shopping.

Una ulteriore conferma delle ricadute sul territorio del turismo congressuale può essere desunta da un'indagine di Customer Satisfaction sull'identikit del congressista, realizzata nel 2008, in collaborazione con l'Università degli Studi di Torino, che lo individua di un'età media intorno ai 40 anni, di elevato profilo di studi, di elevata professionalità e disposto a spendere mediamente circa **700 euro**: di cui, tolta la quota di adesione al convegno, i restanti circa 450 per **shopping** (quasi 150 euro + 7 per cento), **pernottamento** (circa 115 euro - 9 per cento), **ristorazione, attività ricreative e spese varie.**

DI QUI, RICHIESTE ASCOM: MAGGIORE ATTENZIONE AL TURISMO D'AFFARI, IN PARTICOLARE AL CONGRESSUALE, CHE PER CRESCERE HA ASSOLUTA NECESSITA' DI UNA NUOVA, SPECIFICA SEDE "NON PERIFERICA" MA STRETTAMENTE CONNESSA AL CENTRO CITTA' E DI MAGGIORI INVESTIMENTI DA PARTE DELLE ISTITUZIONI IL PRIVATO NON MANCHERA' DI FARE LA SUA PARTE

Proprio per le considerazioni testè esposte è nostra ferma convinzione che le Istituzioni pubbliche regionali e locali, avvalendosi della collaborazione e del supporto di quelle private, debbano **saper adeguatamente valorizzare le potenzialità derivanti per l'intero territorio dal turismo ed in particolare da quello legato a motivi d'affari e professionali** con scelte chiare, non occasionali ed in linea con le tendenze in atto nei rispettivi comparti.

Fieristico:

- ✓ Scelte che, per quanto ci riguarda non possono prescindere, nell'ambito del comparto fieristico, da **una serie di attente riflessioni sul riposizionamento e sul rilancio del complesso del Lingotto nell'ambito del panorama fieristico nazionale e sulle possibili sinergie del medesimo con altre strutture limitrofe.**

(Segue)

Congressuale:

- ✓ Così come riteniamo non possa essere ulteriormente procrastinata la soluzione in ordine **all'attivazione di un nuovo moderno centro Congressi di media dimensione , ubicato in ambito urbano**, che consenta la **massima flessibilità nell'offerta dei servizi** in funzione delle diverse esigenze, ma anche **agli ospiti di poter fruire di tutte quelle opportunità e di tutte quelle suggestioni che tipicamente un sistema urbano**, ed in particolare quello di Torino, **è in grado di offrire**.

Le nostre imprese del turismo ma anche quelle del commercio e dei servizi, pur in una fase di recessione economica non si sono mai sottratte a significativi sforzi di investimento nell'ammodernamento delle strutture e dei servizi offerti ai clienti/turisti, così come, grazie anche all'azione portata avanti in questi anni dalla nostra Organizzazione, nella qualificazione professionale e nella massima attenzione nel saper cogliere e favorire tutte le sinergie ed opportunità che un territorio può offrire (storia, cultura, tradizioni, natura, turismo, artigianato, agricoltura, commercio, servizi, ecc.).

Queste imprese, per loro natura, vogliono poter credere nel futuro e **sono pronte a continuare ad investire**, in questa fase, **soprattutto sul versante dell'innovazione e della creazione di reti di imprese sia a livello di territorio che di filiera** per sfruttare ulteriori tecnologie nella gestione dell'attività, nonché nella valorizzazione dell'azienda e delle sue sinergie con il rispettivo territorio.

Perché questo avvenga è indispensabile che possano **cogliere la dovuta attenzione e volontà di collaborazione da parte delle istituzioni**: per quanto ci riguarda siamo pronti a fare la nostra parte certi di poter contare su altrettanta disponibilità e volontà da parte dei rappresentanti degli Enti Locali.