

Turismo, cultura, tempo libero

Original

Turismo, cultura, tempo libero / Staricco, Luca - In: Servizi: uscire dal labirinto. 2018 Diciannovesimo Rapporto "Giorgio Rota" su Torino / Centro Einaudi. - STAMPA. - [s.l.] : Centro Einaudi, 2018. - ISBN 9788894115260. - pp. 161-188

Availability:

This version is available at: 11583/2727557 since: 2020-02-12T12:27:12Z

Publisher:

Centro Einaudi

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

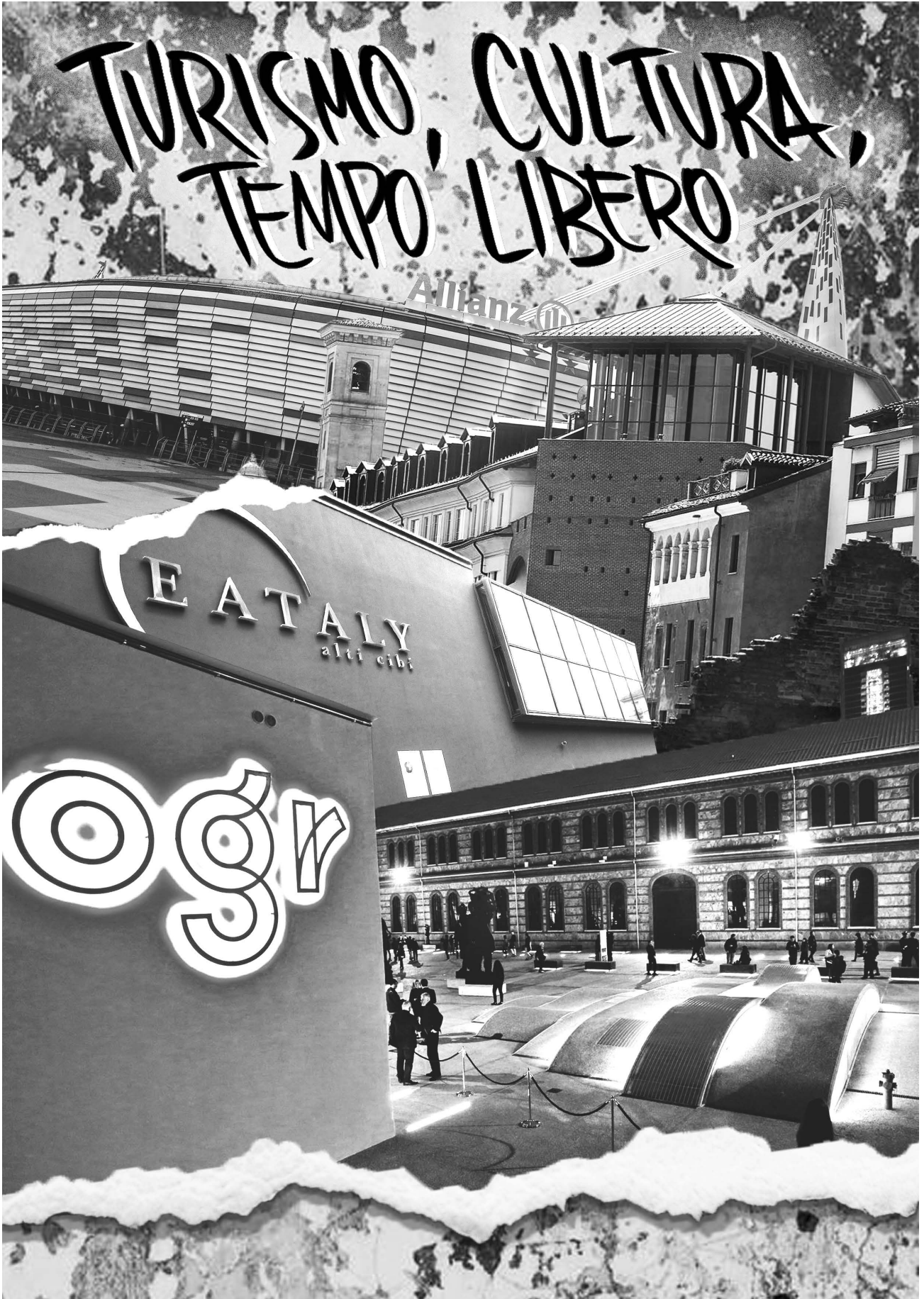
(Article begins on next page)

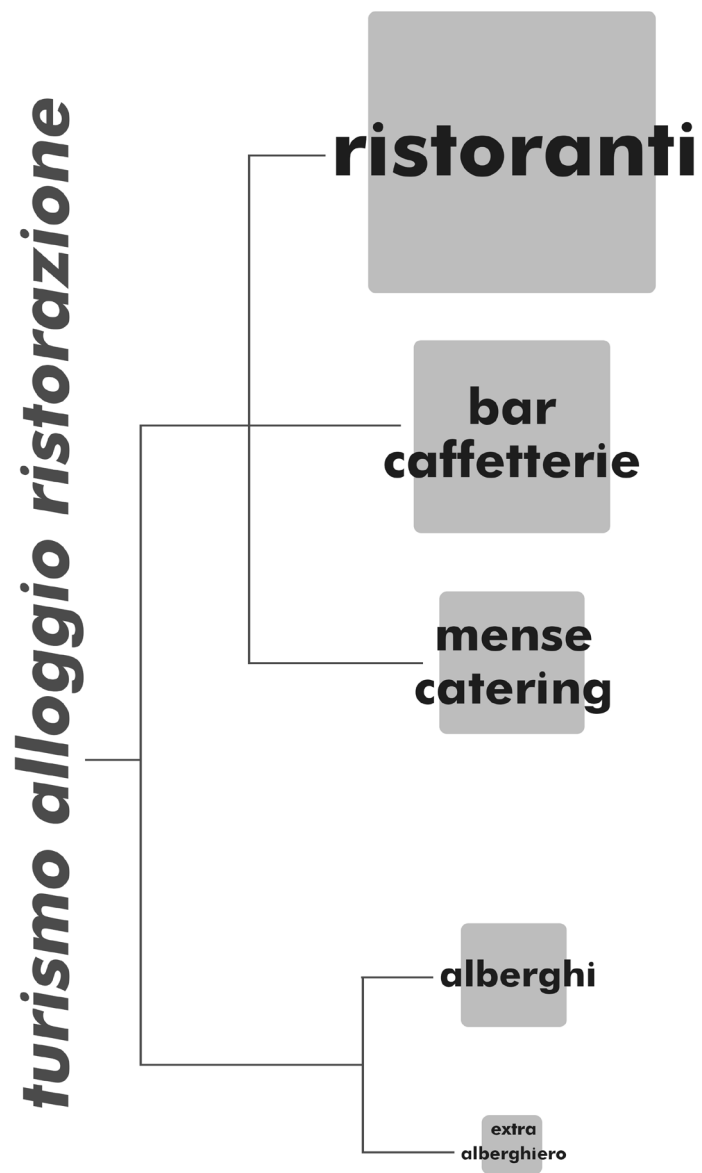
TURISMO, CULTURA, TEMPO LIBERO

Allianz

EATALY
alti cibi

oggi





Quadrati proporzionali a numero addetti nella città metropolitana Torino, dati 2015, fonte Istat

5.1. BASSA SPECIALIZZAZIONE NELL'ACCOGLIENZA

Sin dal primo piano strategico del 2000, turismo, cultura e sport sono stati individuati tra i principali settori terziari su cui puntare per diversificare l'economia torinese. Una delle sei linee strategiche proposte dal piano mirava proprio a «promuovere Torino come città di cultura, turismo, commercio e sport» (Torino Internazionale, 2000, p. 89), attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale, la programmazione di eventi di carattere internazionale (a partire dalle Olimpiadi del 2006), lo sviluppo dell'industria turistica, il posizionamento della destinazione Torino nel mercato turistico nazionale e internazionale, la promozione dello sport.

Per numero complessivo di imprese che offrono servizi di alloggio e ristorazione¹, Torino si colloca oggi al quarto posto nel panorama delle città metropolitane italiane, in linea dunque con il peso della sua popolazione (figura 5.1).

Per oltre il 94% si tratta di imprese di ristorazione (12.545 in tutto), per lo più ristoranti, quindi bar, infine servizi di mensa e catering), mentre quelle di alloggio – in gran parte costituite da alberghi – sono 747 (valore inferiore a quelli registrati a Roma, Napoli, Milano, Firenze e Venezia). Tra il 2013 e il 2017 le prime sono cresciute dell'1,3%, le seconde del 5,8%; nel complesso, è uno dei pochi settori in cui, nonostante la crisi, la natalità delle imprese torinesi si è mantenuta sempre positiva dall'inizio degli anni Duemila.

Non si può però dire che si tratti di un settore terziario in cui Torino sia particolarmente specializzata, almeno come incidenza di addetti ai servizi di alloggio e ristorazione sul totale del terziario (figura 5.2). Tra le città metropolitane, Venezia presenta il valore maggiore di tale specializzazione (20,2%), seguita da Messina

¹ Nel seguito di questo paragrafo l'attenzione sarà concentrata sui servizi di alloggio, in netta prevalenza destinati ai turisti, i quali invece costituiscono solo una porzione limitata della clientela della ristorazione; mancano, al proposito, ricerche che permettano di stimare adeguatamente tale peso nell'area torinese, mentre da un'indagine nel centro di Roma il turismo risulta incidere per non più del 20% della complessiva clientela dei luoghi di ristorazione. Con riferimento alla classificazione statistica (codici Ateco), le attività di accoglienza turistica hanno i seguenti codici: Alberghi 55.1, Alloggi per vacanze, villaggi, ostelli ecc. 55.2, Campeggi 55.3, Altri alloggi 55.9; quelle della ristorazione si suddividono in Ristoranti e ristorazione mobile 56.1, Pasti preparati, catering e mense 56.2, Bar e esercizi simili senza cucina 56.3. In Italia le spese dei turisti legate all'agroalimentare sono stimate pari al 15% dell'impatto economico complessivo del turismo (fonte: Isnart, Union-camere).

Figura 5.1. Imprese attive di alloggio e ristorazione nelle città metropolitane - 2017
Migliaia; fonte: Infocamere, Movimprese

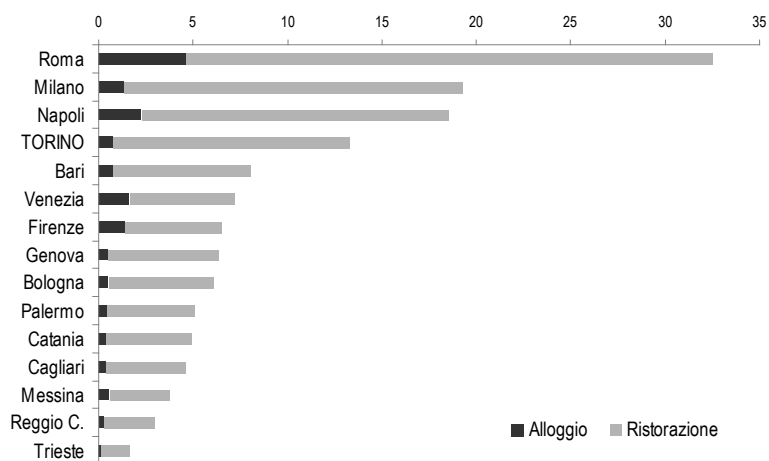
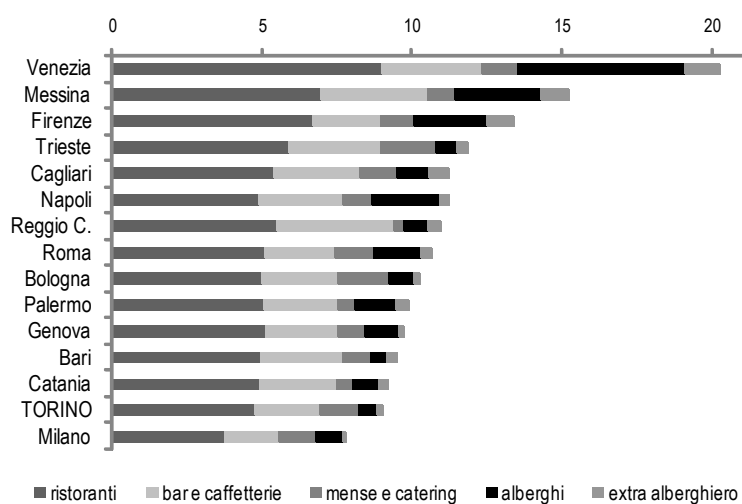


Figura 5.2. Incidenza degli addetti ai servizi di alloggio e ristorazione sul totale degli addetti al terziario nelle città metropolitane - 2015
Valori percentuali; elaborazioni su dati Istat



(15,2%) e Firenze (13,4%). Torino si colloca al penultimo posto, con una percentuale pari al 9%: l'8,2% lavora nei servizi di ristorazione (il 4,8% in ristoranti, il 2,1% in bar e caffetterie, l'1,3% in servizi di mense e catering²), il restante 0,8% nei servizi di alloggio (e, di questi, oltre i quattro quinti in alberghi).

Nell'area torinese, il capoluogo si attesta su valori analoghi a quelli medi della città metropolitana (figura 5.3). I comuni che presentano una maggiore specializzazione in questo settore, sempre per incidenza degli addetti sul totale di quelli al terziario, sono Candiolo (16%), Orbassano (15%), Baldissero e Pavarolo (14%)³.

Nel settore della ristorazione, le imprese della città metropolitana di Torino con i maggiori ricavi dalle vendite sono Eataly, Smart (licenziataria del marchio McDonald's), Eutourist new (impresa di Orbassano che si occupa di mense), la catena di ristoranti Flunch Italia, la società di catering Top food (dati 2017; fonte: Aida). Nel settore ricettività, compaiono invece Alpitour (villaggi), Blumarins hotel Sicilia (che gestisce villaggi turistici), Carlina (hotel), Mapi (che gestisce il Golden palace).

5.2. TURISTI IN AUMENTO

Focalizzando l'attenzione sul comparto turistico, nella città metropolitana di Torino sono presenti complessivamente poco più di 70.000 posti letto, pari all'1,43% del totale nazionale. Torino è la sesta città metropolitana come offerta ricettiva (figura 5.4), con una crescita di posti letto di quasi il 50% tra il 1998 e il 2016, meno che in quattro delle cinque città che la precedono (+130% a

² I servizi di mensa e catering sono l'unico ambito del settore alloggi e ristorazione in cui Torino presenta una specializzazione rilevante nella comparazione con le altre città metropolitane, al pari di Cagliari e Roma e dietro solo a Trieste (1,9%) e Bologna (1,7%).

³ Non rientrano nella sezione Ateco dei servizi di alloggio e ristorazione, ma sono connesse al turismo, le agenzie di viaggio e i tour operator (codice 79.1), che nella città metropolitana di Torino occupano circa 2.300 addetti (dato 2015; fonte: Istat), pari allo 0,5% del totale degli addetti al terziario. Tra le agenzie di viaggio compaiono tre imprese iscritte ai registri speciali delle start-up e delle PMI innovative (mentre non vi è in tali registri alcuna impresa di alloggio o ristorazione): sono GoGoBus che gestisce un servizio di bus sharing (si veda il paragrafo 2.3), Ololai (con sede a Buttigliera Alta) che offre una piattaforma di informazioni per chi voglia auto organizzarsi una vacanza in Italia (mete, itinerari, pernottamenti ecc.) e Preskige che ha creato una piattaforma per prenotare lezioni avanzate di sci, scegliendo tra maestri di molteplici località alpine.

Roma, +78% a Firenze, +71% a Venezia, +67% a Milano; a Napoli l'aumento è stato inferiore: +35%). Gran parte della crescita torinese è avvenuta tra il 1998 e il 2007 (+37%), meno nel decennio successivo (+9% tra 2007 e 2016), senza grosse differenze tra i settori alberghiero ed extralberghiero.

Figura 5.3. Incidenza degli addetti ai servizi di alloggio e ristorazione sul totale degli addetti al terziario nell'area torinese - 2015

Valori percentuali; elaborazioni su dati Istat

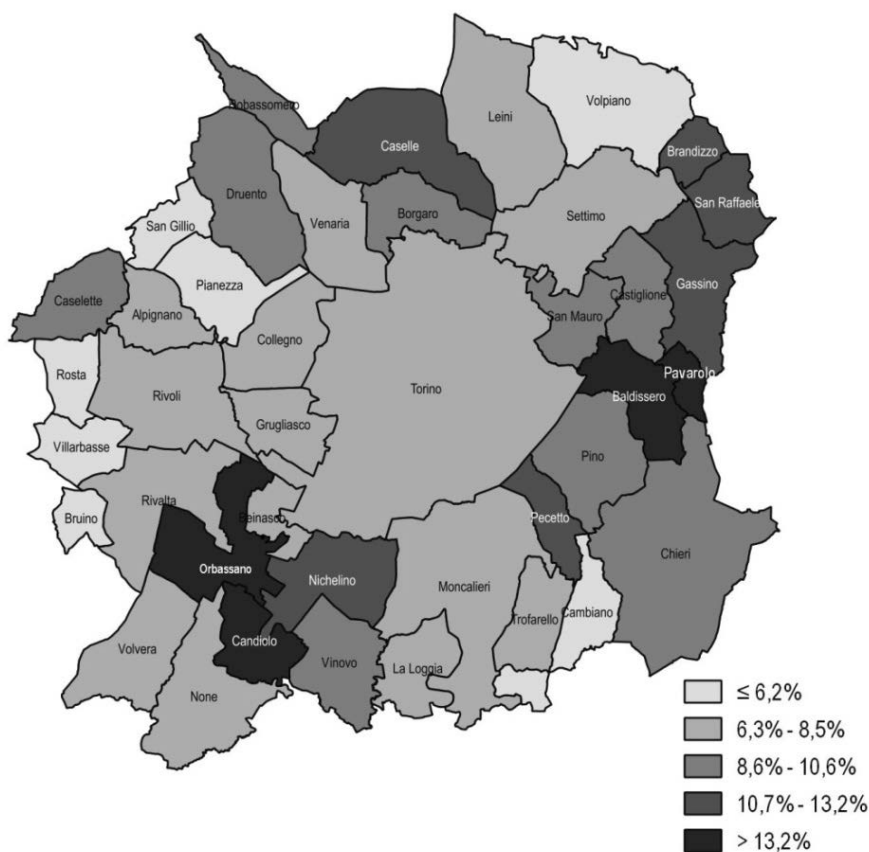
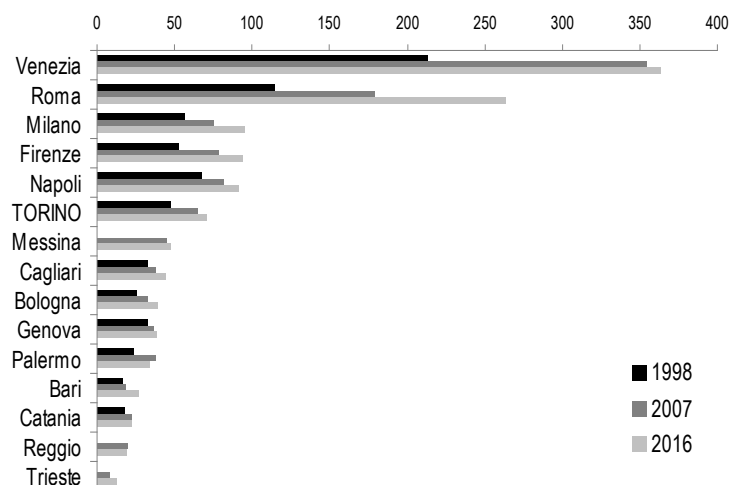


Figura 5.4. Posti letto in strutture ricettive delle città metropolitane
Migliaia; fonte: Istat

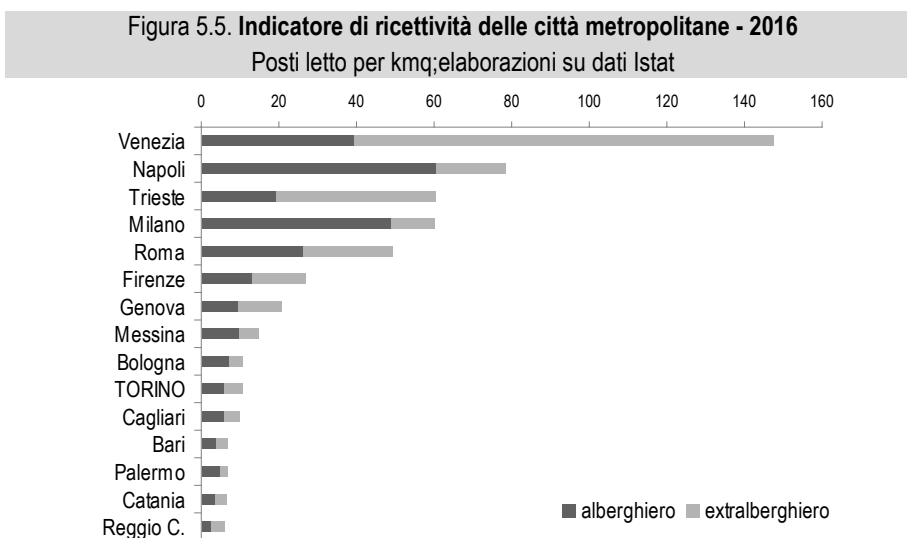


Se si considerano gli indicatori di ricettività proposti dall'Osservatorio nazionale del turismo, Torino scende al decimo posto tra le città metropolitane come densità di posti letto rispetto alla superficie territoriale⁴ (figura 5.5).

L'offerta complessiva di posti letto nell'area torinese – pari a 70.880 – si concentra per il 48,1% in strutture alberghiere, per il 51,9% nell'extralberghiero. Uno degli aspetti che caratterizza l'offerta alberghiera torinese è la ridotta presenza di strutture di fascia alta. In gran parte delle città metropolitane del Centronord oltre il 5% dei posti letto alberghieri è in strutture a 5 stelle, a Torino tale percentuale si ferma all'1,3% (è più bassa solo a Bologna: 0,9%); in termini assoluti, a Torino ci sono 433 posti letto in alberghi a 5 stelle, a Roma oltre 10.000, a Milano e Venezia oltre 5.000, a Napoli più di 4.000, a Firenze circa 3.500. La situazione è analoga per i posti letto in strutture a 4 stelle: Torino è la città metropolitana in cui incidono di meno sul totale (31%); a Cagliari si

⁴ L'Osservatorio nazionale utilizza anche un indicatore che pesa il numero di posti letto rispetto alla popolazione; in questo caso la graduatoria delle città metropolitane è alquanto diversa da quella illustrata in figura 5.5 perché la densità abitanti/kmq è diversa nelle varie città, ma Torino si conferma anche in questo caso in decima posizione.

arriva al 63%, a Bari al 60%, a Milano al 58%, a Bologna al 51%, a Roma e Napoli a circa il 50%, a Firenze al 47%.



Dal punto di vista, invece, della domanda turistica, Torino è la sesta città metropolitana per numero di arrivi (2,3 milioni nel 2016) e presenze, 6,8 milioni, pari all'1,7% di quelle totali italiane, a circa un quinto di quelle a Venezia, un quarto rispetto a Roma, la metà di Milano, Firenze e Napoli (figura 5.6). Questa posizione è il risultato di una crescita di turisti pressoché costante negli ultimi vent'anni (fatta eccezione per due flessioni nel 2007 postolimpico e nel 2012; figura 5.7), nettamente superiore alla media italiana e a tutte le altre città metropolitane, tanto che si consideri il nuovo millennio (+146% di presenze tra il 1999 e il 2016, contro il +31% nazionale) quanto il solo decennio postolimpico (+74% tra il 2007 e il 2016 a Torino, +7% in Italia)⁵.

⁵ Si tratta di una crescita eccezionale non solo nel panorama nazionale, ma anche a livello europeo: secondo l'edizione 2013-2014 del *Benchmarking report* dell'European cities marketing (compagnia non profit francese specializzata in marketing urbano per il turismo e la convegnistica), tra le 44 città europee che superano 1,5 milioni di presenze turistiche annue Torino è quella che ha registrato nel periodo 2009-2013 la maggiore crescita di turisti stranieri.

Figura 5.6. Presenze turistiche nelle città metropolitane
Valori assoluti; fonte: Istat

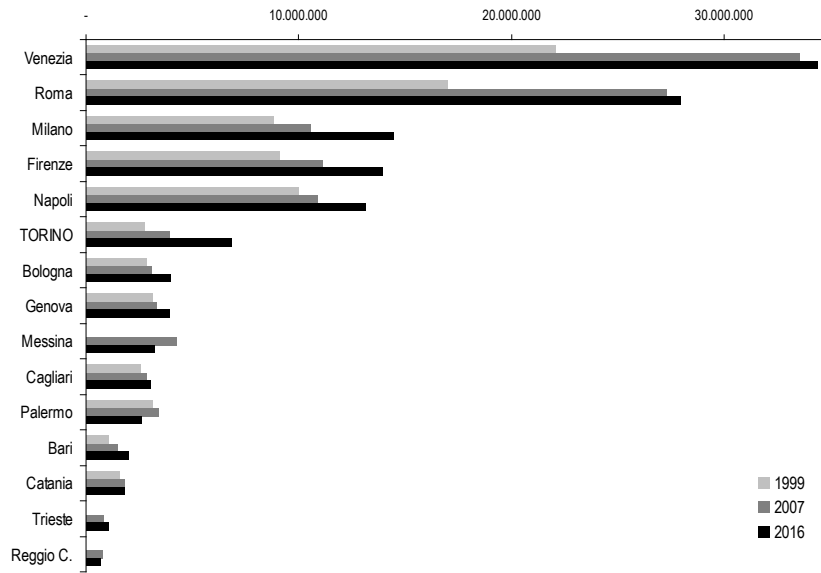
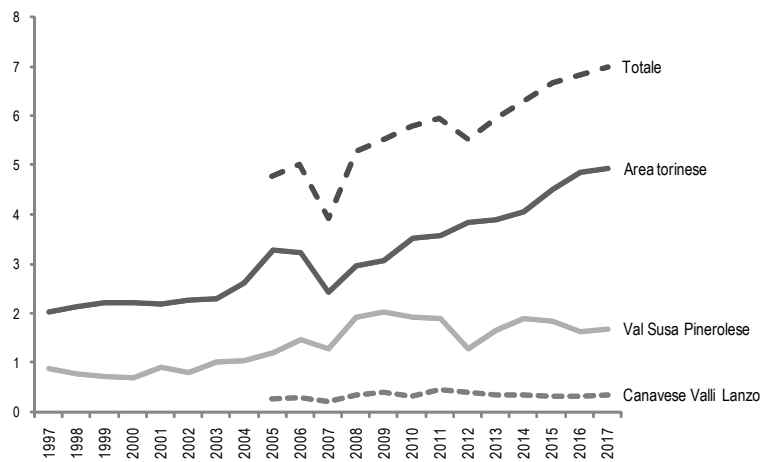
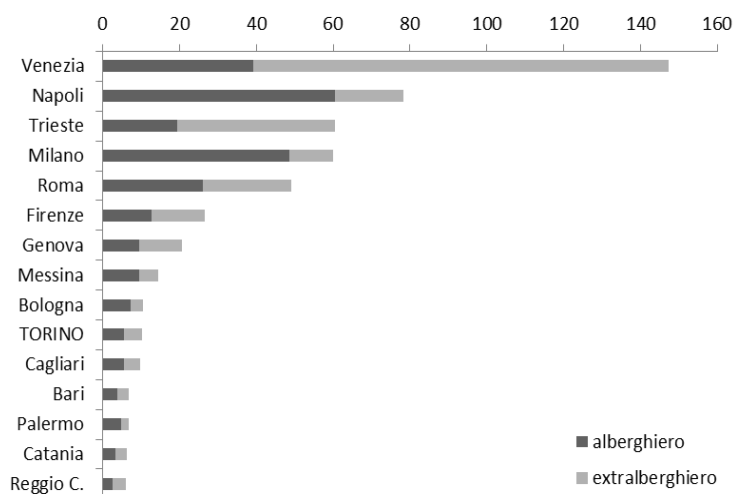


Figura 5.7. Presenze turistiche nella città metropolitana di Torino
Milioni; dati Canavese Valli di Lanzo disponibili dal 2005; fonte: Città metropolitana di Torino



Ciò detto, se si fa riferimento agli indicatori di turisticità calcolati dall'Osservatorio nazionale del turismo, che rapportano il numero di presenze turistiche alla popolazione o alla superficie di un territorio, Torino resta ultima tra le città metropolitane del Centronord, ed è inoltre superata anche da Napoli (figura 5.8).

Figura 5.8. Indicatore di turisticità delle città metropolitane - 2016
Presenze per kmq; elaborazioni su dati Istat

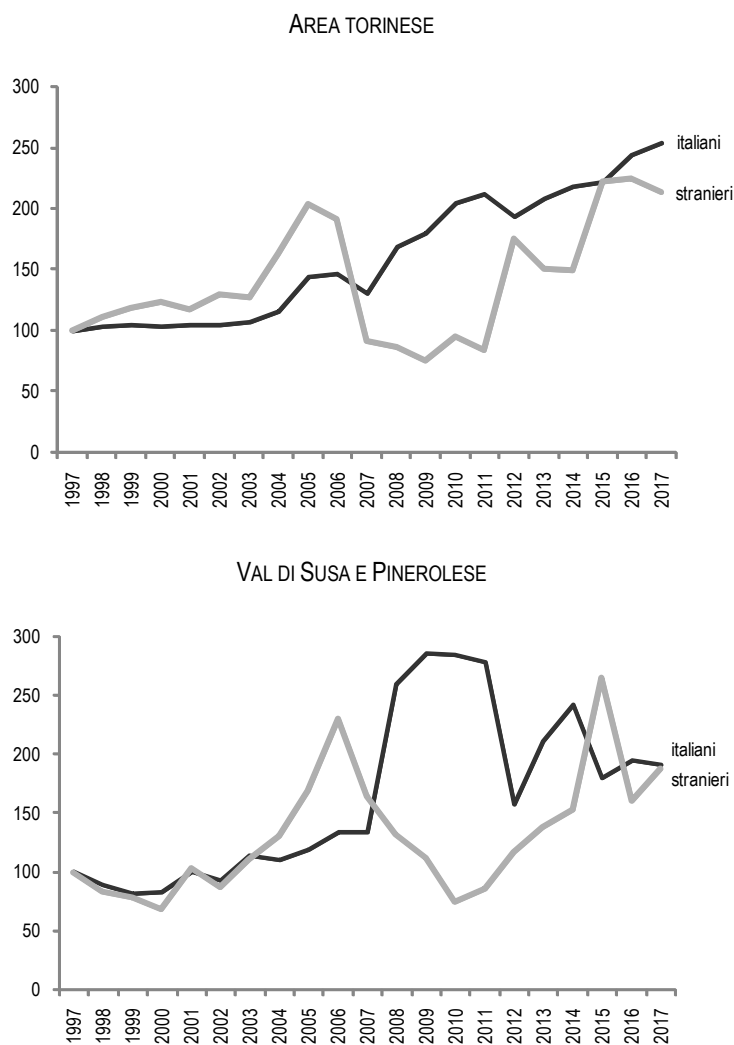


L'area torinese registra oltre i due terzi delle presenze⁶, la Val di Susa e il Pinerolese un quarto, il Canavese e le Valli di Lanzo il restante 5%. L'area torinese ha visto una crescita di turisti pressoché costante nell'ultimo ventennio. In Val di Susa e nel Pinerolese, invece, il picco di presenze è stato raggiunto nel 2009 (oltre 2 milioni, rispetto a circa 1,5 nel 2006 olimpico), dopodiché si è manifestato un trend fluttuante, scendendo sotto 1,7 milioni nel 2016 e 2017. Nell'area di Canavese e Valli di Lanzo, le presenze sono sempre rimaste inferiori al mezzo milione: gli ultimi anni hanno mostrato un calo (-20% rispetto al valore massimo, raggiunto nel 2011: 455.000 presenze).

In termini di provenienza, la quota di turisti stranieri oscilla tra il 25 e il 35% a seconda degli anni (figura 5.9). Nell'area torinese,

⁶ Di queste, in particolare, a Torino città se ne concentrano i tre quarti.

Figura 5.9. **Presenze di turisti italiani e stranieri**
Fatti pari a 100 i valori del 1997; elaborazioni su dati Città metropolitana di Torino

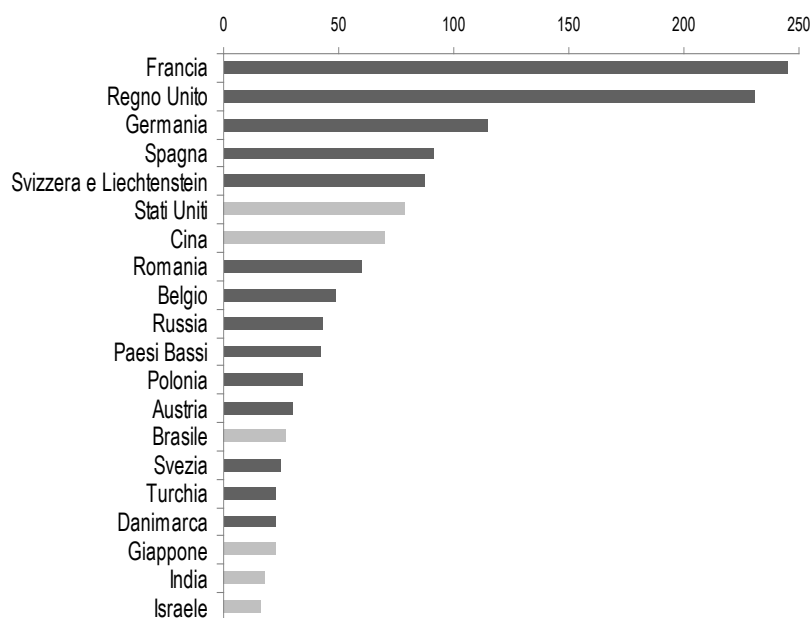


la loro presenza è più che raddoppiata tra il 1997 e il 2005; dopo le Olimpiadi è progressivamente diminuita, fino a scendere tra il 2007 e il 2011 sotto i livelli del 1997, per poi tornare a salire e raggiungere dal 2015 livelli superiori al 2006. Più continua la cre-

scita degli italiani, il cui incremento in vent'anni è stato superiore al 150%. Nel caso, invece, di Val di Susa e Pinerolese, le presenze di turisti stranieri sono cresciute molto fino all'anno olimpico, poi sono crollate scendendo nel 2010 ai valori di inizio secolo, quindi sono risalite fino a un picco nel 2015 superiore a quello dell'anno olimpico. Al contrario, le presenze degli italiani sono esplose dopo l'evento olimpico fino al 2009, per poi calare (pur con un andamento non lineare) negli anni successivi.

Tra gli stranieri, il 57% proviene da Paesi dell'Unione europea, in particolare da Francia, Regno Unito, Germania e Spagna (figura 5.10). I turisti extraeuropei arrivano soprattutto da Stati Uniti, Cina, Russia e Brasile.

Figura 5.10. **Origine dei turisti stranieri nella città metropolitana di Torino - 2016**
Migliaia; fonte: Istat



Prendendo in considerazione gli ultimi due anni, nell'area torinese la presenza degli stranieri è più o meno costante lungo i 12 mesi; quella degli italiani registra massimi a febbraio e invece valori minimi ad agosto (figura 5.11). In Val di Susa e nel Pinerolese, le presenze sono fortemente concentrate in estate ed inverno, sia per

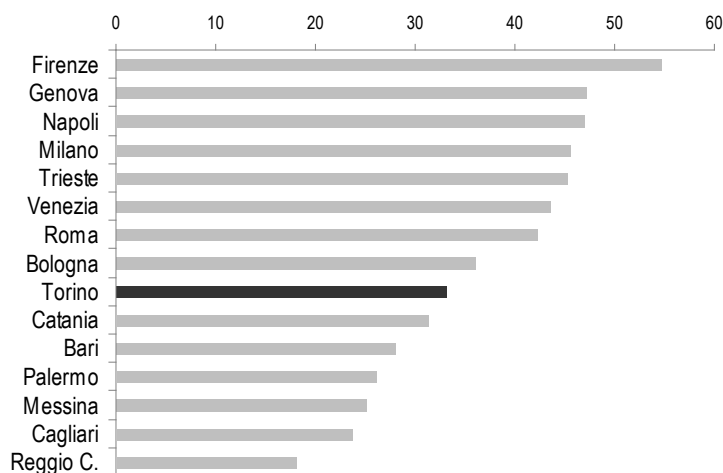
gli italiani sia per gli stranieri, senza grandi differenze tra le due stagioni per i primi, con una netta prevalenza invernale, invece, per gli stranieri.

Figura 5.11. Presenze di turisti nella città metropolitana di Torino, per mese
Migliaia; fonte: Istat



Secondo i dati dell'Osservatorio alberghiero della Camera di commercio di Torino, il tasso di occupazione delle camere nel capoluogo è cresciuto costantemente negli ultimi anni, dal 58% del 2012 al 65,3% del 2017. Analoga la crescita dei ricavi medi per camera disponibile: dai 48 euro del 2012 ai 55,7 del 2017. In ogni caso, se si confrontano offerta e domanda turistica attraverso l'indice di utilizzazione lorda dei posti letto negli esercizi alberghieri⁷, Torino presenta il più basso valore tra le città metropolitane del Centro-nord ed è inoltre superata da Napoli (figura 5.12)⁸.

Figura 5.12. Utilizzo dei posti letto negli alberghi delle città metropolitane - 2016
Valori percentuali; elaborazioni su dati Istat



Il settore extralberghiero, come si è detto, pesa nella città metropolitana di Torino per il 51,9% dei posti letto complessivi: di questi, il 27,8% è offerto da campeggi e villaggi turistici, il 24,9% da

⁷ L'indice è dato dal rapporto tra presenze e posti letto moltiplicato per 365 giorni, cioè riferito al potenziale delle giornate, al lordo delle chiusure stagionali.

⁸ La Regione Piemonte sta attualmente coordinando gli Stati generali del turismo, con l'obiettivo di elaborare un piano strategico del settore. La precedente esperienza, volta a pervenire a un programma strategico del turismo 2013-2015, si era di fatto fermata alle analisi di scenario. Turismo Torino ha di recente avviato un piano di promozione internazionale, incentrato sull'abbinamento dell'area torinese con Langhe e Roero; un protocollo d'intesa è stato siglato per ripetere questo approccio tra Torino e Vercelli, puntando in particolare a sinergie nel turismo culturale, nell'arte, nel cicloturismo e nel turismo «lento».

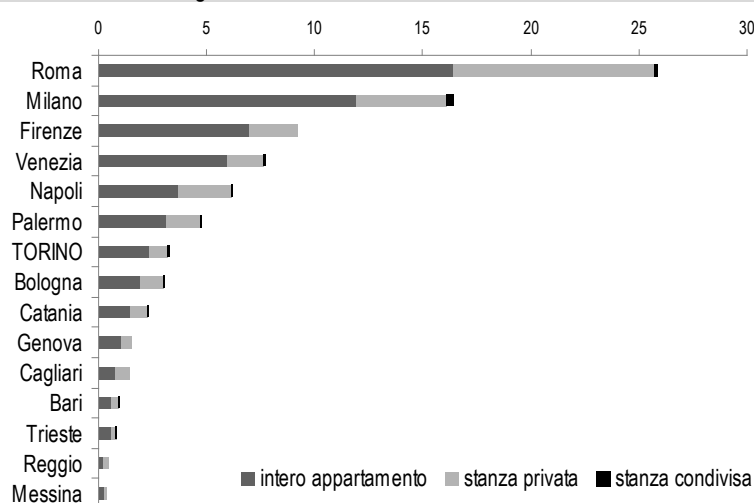
case per ferie, il 16,1% da affittacamere, il 12,4% da residence, il 7% da B&B, il 5,1% da rifugi montani, il 4,8% da agriturismi, l'1,9% da ostelli della gioventù.

Il fenomeno nuovo che ha caratterizzato l'offerta ricettiva negli ultimi anni è Airbnb, servizio che tramite un portale online mette in contatto persone in cerca di un alloggio o di una camera per brevi periodi, con persone – in genere privati – che dispongono di uno spazio da affittare. Nella città di Torino tra il 1° dicembre 2016 e il 30 novembre 2017 i turisti che hanno pernottato in una struttura Airbnb sono stati 140.800 (contro i 109.300 dell'anno precedente), pari a circa l'11% degli arrivi registrati nel 2017, con una media di 3,1 giorni di permanenza, analoga a quella relativa al complesso delle strutture ricettive, pari a 2,9 (Airbnb, 2017). Per quasi il 50%, si è trattato di turisti italiani; tra gli stranieri, prevalgono i francesi (16%). Gli annunci presenti in città nello stesso periodo sono stati 3.800, proposti da 2.900 host, ognuno dei quali ha mediamente guadagnato 2.000 euro nell'anno. Il 70% degli host ha offerto l'intero alloggio, il 28% stanze private, per il resto stanze condivise.

Secondo i dati del sito www.airdna.co, che fornisce statistiche su Airbnb, Torino si colloca al settimo posto tra i capoluoghi metropolitani italiani come offerta (figura 5.13), con un ricavo medio

Figura 5.13. Offerta di Airbnb nei capoluoghi metropolitani - aprile 2018

Migliaia; elaborazioni su dati www.airdna.co



giornaliero tra i più bassi (figura 5.14). Nel capoluogo piemontese, la concentrazione maggiore di sedi Airbnb si ha in centro e nella parte orientale della città (tabella 5.1).

Figura 5.14. Ricavi giornalieri medi degli host Airbnb nei capoluoghi metropolitani - aprile 2018

Euro; elaborazioni su dati www.airdna.co

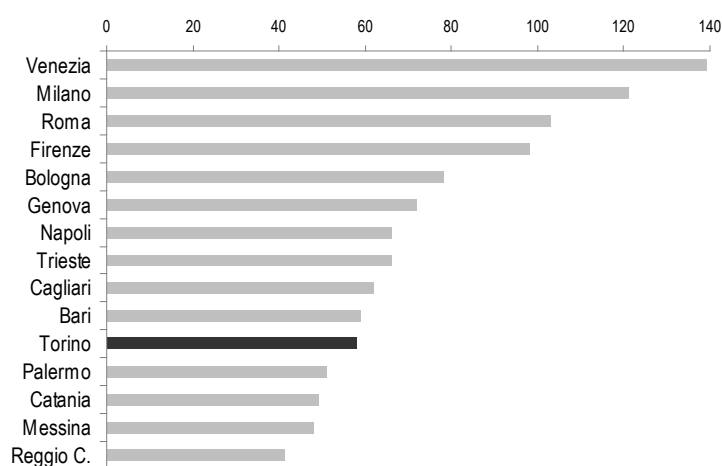
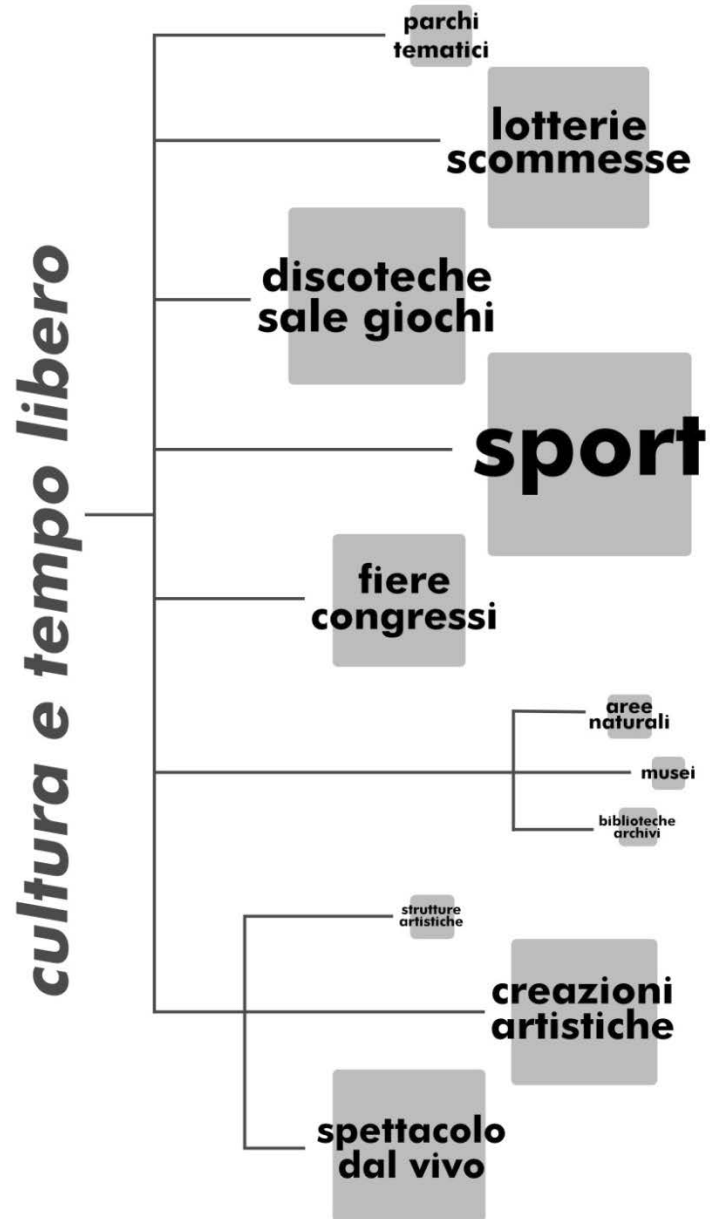


Tabella 5.1. Annunci Airbnb a Torino, per zone

Elaborazioni su dati www.tomslee.net, rilevati in data 24 luglio 2017

| | Intero appartamento | Stanza privata | Stanza condivisa |
|--|---------------------|----------------|------------------|
| Centro, Crocetta | 898 | 222 | 6 |
| S.Salvario, Cavoretto, Bg.Po, Nizza M., Lingotto, Filadelfia | 550 | 237 | 13 |
| Aurora, Vanchiglia, Sassi, Madonna del Pilone | 518 | 234 | 19 |
| San Donato, Campidoglio, Parella | 222 | 88 | 6 |
| San Paolo, Cenisia, Pozzo Strada, CitTurin, Lesna | 193 | 86 | 8 |
| Santa Rita, Mirafiori | 95 | 72 | 5 |
| Barriera M., R.Parco, Barca B., Falchera, Rebaudengo | 70 | 30 | 3 |
| Borgo Vittoria, Madonna di Campagna, Lucento, Vallette | 63 | 21 | 3 |



Quadrati proporzionali a numero addetti nella città metropolitana Torino, dati 2015, fonte Istat

5.3. CULTURA E TEMPO LIBERO

Turismo e cultura costituiscono un binomio indissolubile per il nostro Paese. Secondo il rapporto *Io sono cultura* di Unioncamere e Fondazione Symbola (2017), in Italia il 37,9% della spesa turistica totale è attivato dal sistema produttivo culturale e creativo. Nel caso di Torino, questa percentuale raggiungerebbe⁹ il 53,1% (il valore più alto tra le città metropolitane, dopo il 56,4% di Roma e il 55% di Milano), pari a 950 milioni di euro. Nel complesso, la cultura genera a Torino l'8,6% del valore aggiunto e l'8,2% dell'occupazione: tra tutte le province italiane, solo a Roma e Milano (e ad Arezzo, per l'occupazione) si hanno valori maggiori.

A conferma del ruolo di volano economico svolto dalla cultura, si sono moltiplicati negli ultimi anni gli studi che provano a valutare le ricadute economiche sul territorio di singoli eventi culturali e sportivi¹⁰, intese come il complesso dei costi di organizzazione e delle spese sostenute dai partecipanti, residenti e non. Nell'area torinese, queste ricadute sono risultate molto elevate (pari a 53 milioni) nel caso del Salone del libro 2014, per scendere nettamente (a 12,6 milioni) per il Salone del gusto 2013 e per la finale 2014 di Europa League, a 5,7 per il concerto degli U2 nel 2015, a 4,2 per il Salone dell'auto 2017, a 3,5 per il Weekend delle arti contemporanee 2013, a 3,4 per la Turin marathon 2014, a 2,6 per Mi-To Settembre musica 2012, a 1,8 per il Jazz festival 2013 (fonti: Fondazione Fitzcarraldo 2012 a, 2012 b, 2013 a, 2013 b, 2014 a, 2014 b, 2014 c, 2015, 2016 a, 2016 b; Osservatorio Culturale del Piemonte, 2013, 2017).

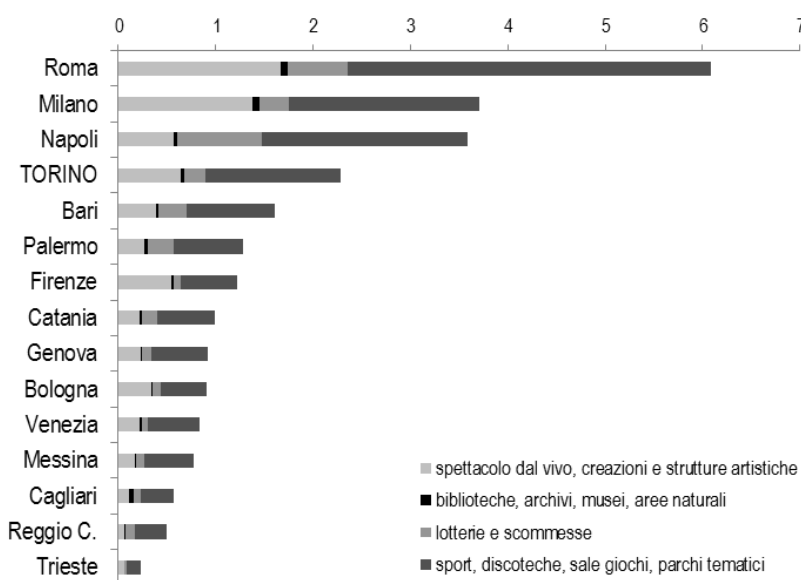
⁹ Tra le poche ricerche che permettano di misurare il peso delle diverse motivazioni dei turisti – di cui quella culturale non è che una, pur importante – un'indagine della Regione Piemonte (2009) stimava, in realtà, un peso decisamente contenuto per la cultura: i motivi principali che emergevano erano vacanza e relax (31%), quindi sport (18%), lavoro e affari (15%), cultura (10%), convegni e fiere (7%). Turismo Torino e provincia (2017) ha somministrato un questionario qualitativo a oltre 2.000 turisti acquirenti della *Torino + Piemonte Card* per fruire di molteplici servizi e offerte, criterio che «sbilancia» inevitabilmente il campione a favore di turisti che rimangono più giorni. Da tale indagine, non a caso, emerge che l'83% viene a Torino per «soggiorno turistico, visita della città», il 6% per «partecipare a eventi» (mostre, musei, concerti, teatro, danza), il 5% per vedere amici e parenti, il resto per altre motivazioni (lavoro, congressi, studio, assistere a partite di calcio ecc.).

¹⁰ L'evento che ha prodotto le maggiori ricadute sul territorio torinese è stato quello olimpico nel 2006. Torino si è ricandidata per i Giochi invernali del 2026, così come Milano e Cortina; al momento della chiusura del *Rapporto*, la situazione della candidatura italiana è ancora in fase di definizione.

Qui di seguito ci occuperemo di quella parte del sistema culturale e per il tempo libero riconducibile alle arti performative e al settore dell'intrattenimento (spettacoli dal vivo, sport ecc.), a fiere e convegni, al patrimonio storico e artistico (musei, biblioteche, archivi ecc.)¹¹.

Come mostra la figura 5.15, Torino si colloca al quarto posto tra le città metropolitane per numero complessivo di imprese in questo ambito (anche se nello specifico la sua posizione è diversa per due sub ambiti: è terza per spettacoli dal vivo, creazioni e strutture artistiche, sesta per attività di lotterie e scommesse).

Figura 5.15. **Imprese di cultura e tempo libero attive nelle città metropolitane - 2017**
Migliaia; fonte: Infocamere, Movimprese¹²



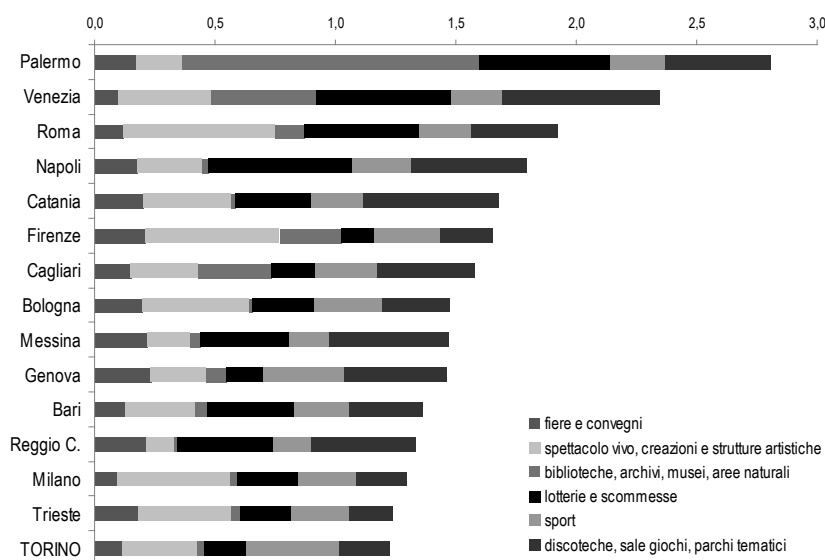
¹¹ La corrispondenza tra le denominazioni settoriali adottate in questo capitolo e i codici Ateco sono le seguenti: Organizzazione di fiere e convegni codice 82.30; Spettacolo dal vivo 90.01 e 90.02, Creazioni artistiche 90.03, Strutture artistiche 90.04; Biblioteche e archivi 91.01, Musei 91.02 e 91.03, Aree naturali 91.04; Lotterie e scommesse 92.0; Sport 93.1, Parchi tematici 93.21, Discoteche e sale giochi 93.29.

¹² In figura 5.16 non sono riportate le imprese organizzatrici di fiere e convegni, perché i dati a livello di città metropolitane sono disponibili solo per la divisione complessiva 82, che comprende anche i call center e i servizi di supporto alle imprese.

Le imprese del comparto sport, discoteche, sale giochi e parchi tematici nel 2017 sono 1.390 (+5% rispetto al 2013); quelle di spettacolo dal vivo, creazioni e strutture artistiche 640 (+5,6%); le imprese legate a lotterie e scommesse 216 (più che doppie rispetto al 2013, rispecchiando un trend analogo a quello delle altre città metropolitane); le imprese relative a biblioteche, archivi, musei e aree naturali 42 (+7,7%).

In termini di specializzazione (figura 5.16), Torino si colloca all'ultimo posto tra le città metropolitane per numero di addetti al settore cultura e tempo libero rispetto al totale del terziario (con un valore pari all'1,23%, contro valori massimi del 2,81% a Palermo e 2,34% a Venezia); fa eccezione il settore sportivo, in cui al contrario presenta una maggiore specializzazione (0,38%, contro una media dello 0,24%).

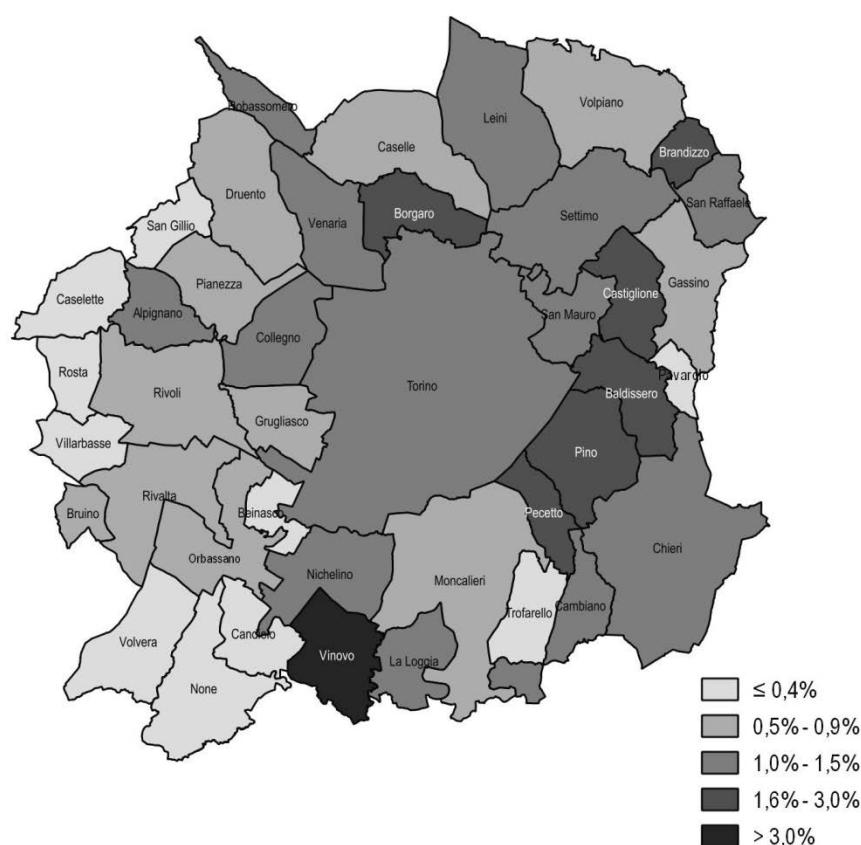
Figura 5.16. Incidenza degli addetti delle imprese di cultura e tempo libero sul totale degli addetti al terziario, nelle città metropolitane - 2015
Valori percentuali; elaborazioni su dati Istat



A livello di area torinese (figura 5.17), la maggiore specializzazione si riscontra soprattutto a Vinovo (9,1%), quindi a Pino (3%): nel primo sono presenti lo Juventus center e l'ippodromo, nel secondo

il parco avventura Le tre querce e il planetario Infini.to. Il capoluogo presenta un livello di specializzazione (1,3%) in linea con quello medio della Città metropolitana.

Figura 5.17. Incidenza degli addetti delle imprese di cultura e tempo libero sul totale degli addetti al terziario nell'area torinese - 2015
Valori percentuali; elaborazioni su dati Istat



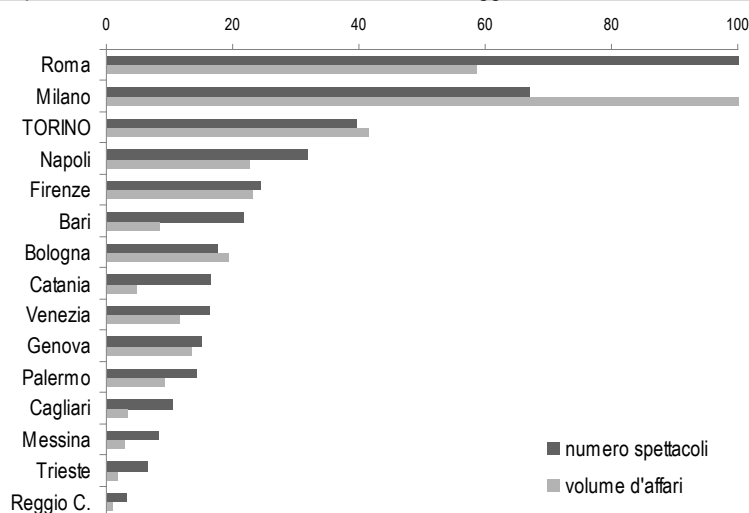
Nel database Aida, le imprese dell'ambito cultura e tempo libero che presentano nella città metropolitana di Torino i maggiori ricavi assoluti sono la Juventus, alcune imprese che lavorano nel settore fieristico e congressuale (Sancarlo viaggi, Rear, GL events, Elepha-

se), quindi la Fondazione Teatro Regio¹³.

Secondo il monitoraggio dello spettacolo, condotto dalla Siae ad ampio spettro (includendo non solo spettacoli culturali, ma anche mostre, fiere, parchi di divertimento, eventi sportivi), Torino è al terzo posto tra le città metropolitane sia come numero di spettacoli¹⁴ – oltre 190.000 nel 2016 – che come relativo volume di affari, stimato in oltre 420 milioni di euro (figura 5.18).

Figura 5.18. Spettacoli e volume d'affari nelle città metropolitane - 2016

Fatti pari a 100 i valori della città con l'indicatore maggiore; elaborazioni su dati Siae



Nel settore dei congressi, otto città cumulano quasi il 20% degli eventi congressuali (Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi, 2017). Tra queste solo tre dispongono di più di 100 sedi: Roma con 386 (pari al 6,9% del totale), Milano con 240 sedi

¹³ Il settore cultura e tempo libero non sembra presentare particolari caratteri di innovatività, almeno in termini di presenza di imprese nei registri speciali delle start-up e delle PMI innovative. Al loro interno risulta presente una sola impresa localizzata nella città metropolitana di Torino: si tratta della start-up TOimago, nata nel 2016 e specializzata nell'ideazione, progettazione e realizzazione di eventi, allestimenti e fabbricati temporanei.

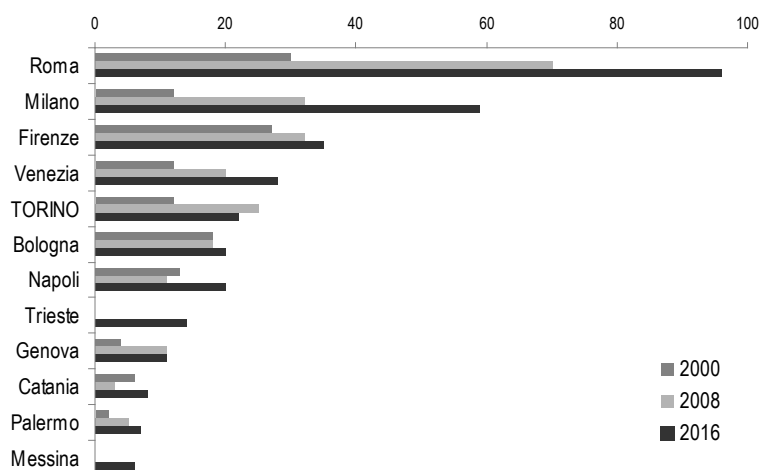
¹⁴ Gli spettacoli censiti dalle Siae nel suo *Annuario dello spettacolo* sono quelli cinematografici, teatrali, concertistici, sportivi, di ballo, attrazioni viaggianti (circhi e luna park), mostre, esposizioni, manifestazioni all'aperto. I dati disaggregati per ciascuna di queste attività sono disponibili solo a livello regionale, non provinciale.

(4,3%) e Firenze con 140 (2,5%). Torino si colloca al quarto posto con 81 sedi¹⁵, sostanzialmente come Napoli (80), precedendo Bologna (76), Rimini (60) e Venezia (55).

In termini di eventi congressuali ospitati, secondo l'International congress and convention association (Icca), che monitora i meeting organizzati da associazioni internazionali (in ambito medico, scientifico, accademico, professionale, commerciale ecc.) con frequenza regolare e che ruotino fra almeno tre Stati, Torino si colloca nel 2016 al 117° posto nel mondo e al 65° in Europa, con 22 eventi ospitati. Nel panorama italiano, il settore è in continua espansione, specie nel Centronord, mentre a Torino è in fase di rallentamento (il picco era stato raggiunto nel 2013 con 34 eventi): la città si piazza dopo Roma (14° posto europeo e 20° mondiale), Milano (24° e 43°), Firenze e Venezia¹⁶ (figura 5.19).

Figura 5.19. Congressi internazionali ospitati nei capoluoghi metropolitani

Dati non disponibili per Bari, Cagliari e Reggio Calabria; fonte: Icca

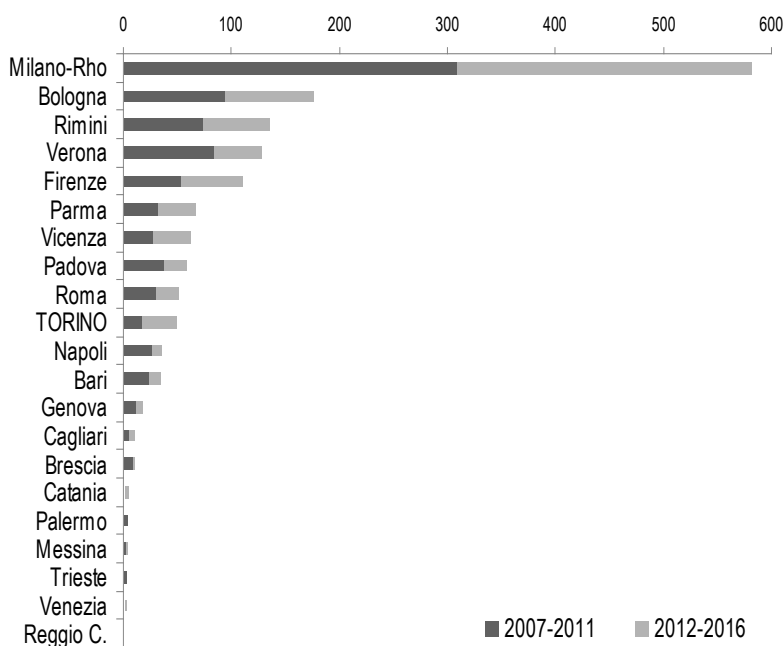


¹⁵ Per i congressi, come del resto per le fiere, Torino sconta – oltre che la prossimità del forte polo milanese – la mancanza di un centro congressuale che presenti al contempo una dotazione di sale per un alto numero di partecipanti e una pluralità di spazi minori, per rispondere con flessibilità alle esigenze variabili giorno per giorno di un grande evento congressuale (riunioni in plenaria, sessioni parallele ecc.). Il progetto del centro congressi nell'area dell'ex Westinghouse potrebbe essere la risposta, ma a oggi non è sicuro se, come e in che tempi verrà davvero realizzato.

¹⁶ Nella graduatoria Icca l'Italia è quarta al mondo per numero di partecipanti (219.041, dopo Stati Uniti, Germania e Regno Unito), sesta per numero di eventi ospitati (468, dopo anche Francia e Spagna).

Quanto alle fiere (figura 5.20), Torino è il decimo polo nazionale per numero di saloni internazionali ospitati nell'ultimo decennio (49), con un valore pari a meno di un decimo rispetto a Milano Rho, a un terzo di Bologna, alla metà di Firenze, e pressoché uguale a quello di Roma.

Figura 5.20. Le prime città italiane per numero di fiere internazionali ospitate
Elaborazioni su dati Aefi Associazione esposizioni e fiere italiane

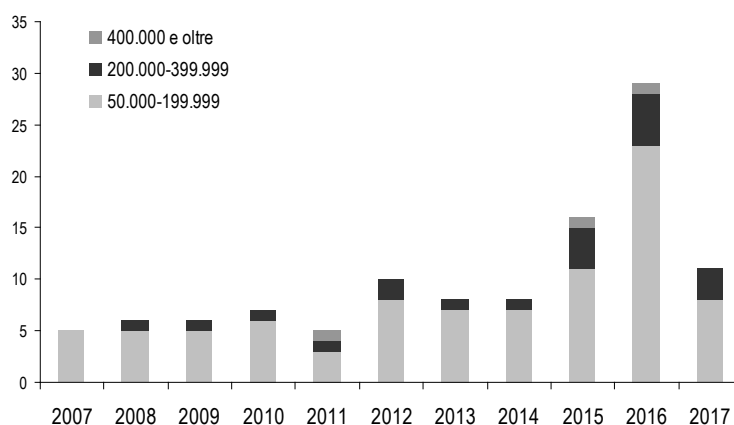


Negli ultimi dieci anni il numero di mostre organizzate nella città metropolitana di Torino in grado di attrarre più di 50.000 visitatori si è mantenuto tra 5 e 10 all'anno, salvo nel 2015 (16) e soprattutto nel 2016 (29); nel 2017 sono tornate a quota 11 (figura 5.21). Nel 2015 e 2016 si sono anche registrate due mostre torinesi dell'ultimo decennio capaci – con *Fare gli Italiani*, del 2011 – di superare la quota di 400.000 visitatori: *Cinema neorealista* e *Hecho en Cuba*, entrambe al Museo del cinema. Nel 2016 tra le dieci mostre più visitate in Italia vi sono la già citata *Hecho en Cuba*, sesta, e *Monet dalle collezioni del Musée d'Orsay* alla GAM, ottava. Il Museo del cinema è la sede che ha ospitato il maggior numero di mostre con oltre 100.000 visitatori (18 tra il 2007 e il

2017), seguito dalla Venaria Reale (15) e dalla GAM (8)¹⁷.

Figura 5.21. Mostre con almeno 50.000 visitatori nella città metropolitana di Torino, per fasce dimensionali di pubblico

Fonte: elaborazioni su dati OCP, *Giornale dell'Arte*

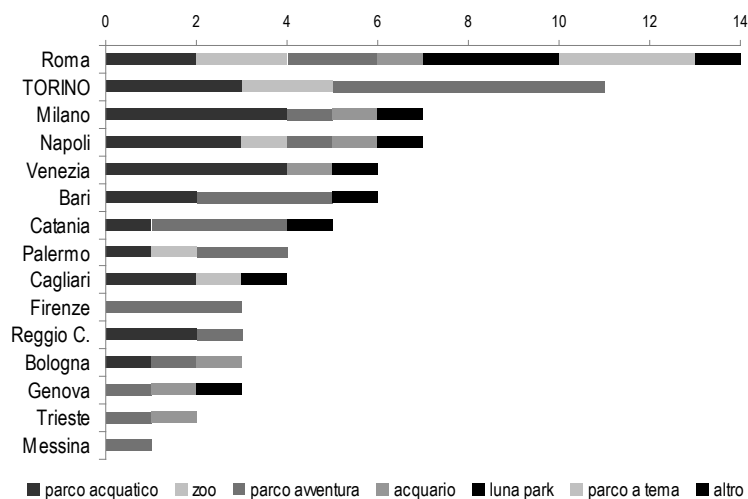


L'Italia non ha un particolare rilievo nel mercato dei parchi di divertimento: nessuno dei suoi parchi rientra tra i primi 25 al mondo per visitatori (a differenza di Danimarca, Francia, Germania e Paesi Bassi), e solo Gardaland si classifica (con 2,9 milioni di visitatori) tra i primi venti in Europa (Themed entertainment association, 2017).

A livello nazionale, Torino risulta la seconda città metropolitana dopo Roma per numero di parchi di divertimento (figura 5.22): ospita 6 parchi avventura (Anthares world a Candia Canavese, Tre querce a Pino Torinese, Bardonecchia adventure park, Adventure village a Sauze d'Oulx, Ponte tibetano e Parco Chaberton a Cesana), 3 parchi acquatici (Acquajoy a Rivoli, Acquapark blu paradise a Orbassano, Atlantis – che è anche un parco dinosauri – a San Secondo di Pinerolo) e 2 giardini zoologici (Zoom a Cumiana e l'Oasi degli animali a San Sebastiano Po).

¹⁷ Nel complesso, il sistema museale metropolitano di Torino ha per la prima volta oltrepassato la quota di 5 milioni (5.074.868) di visitatori, quasi raddoppiando il livello di dieci anni prima (nel 2006, anno olimpico, i visitatori erano stati 2,7 milioni) e superando anche il record registrato nel 2011, anno delle celebrazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia, quando i visitatori erano stati 4,8 milioni (fonte: OCP).

Figura 5.22. Parchi di divertimento nelle città metropolitane - 2018
Elaborazioni su dati www.parchionline.it, www.theparks.it ¹⁸



Quanto allo sport, nella città metropolitana di Torino sono circa 1.800 gli addetti coinvolti nel settore: 700 lavorano nella gestione di impianti (in metà dei casi palestre), 500 in club sportivi, i restanti in altre attività (come quelle di promozione di eventi e gare).

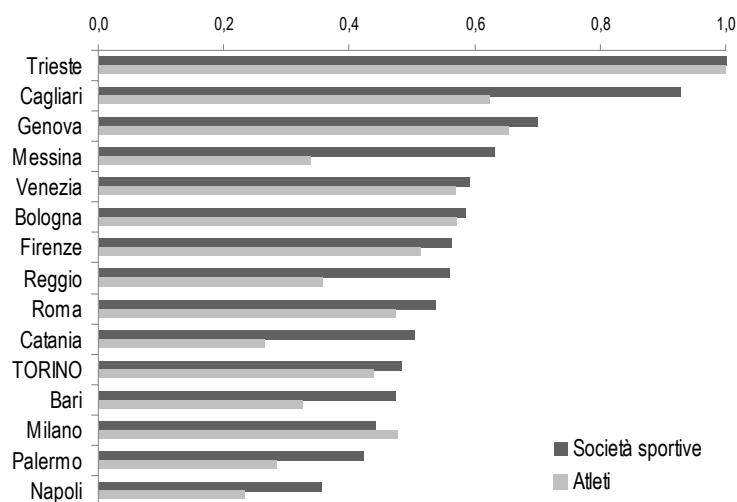
Torino è il capoluogo metropolitano con la seconda spesa procapite dell'Amministrazione civica per la gestione di impianti sportivi (18,36 euro), dopo Trieste (20,24); a Venezia si spendono 17,11 euro, a Firenze 11,61, a Bologna 9, a Milano 8,43 (dati 2014). È invece terza per spesa procapite dell'Amministrazione nell'organizzazione di eventi sportivi (2,41 euro), nuovamente dopo Trieste (6,58) e Firenze (4,01) (dati 2014, fonte: Openpolis).

In termini di società sportive iscritte a federazioni nazionali, Torino si colloca al quarto posto tra le città metropolitane per numero assoluto (1.866), dopo Roma (3.965), Milano (2.410), a ridosso di Napoli (1.875); gli atleti tesserati dalle società torinesi sono 163.929 (Coni, 2017). In rapporto al numero di abitanti, Torino si

¹⁸ Non è disponibile un elenco ufficiale pubblico dei parchi divertimenti in Italia (che peraltro rappresentano un insieme estremamente difficile da censire, per la sua elevata eterogeneità, spaziando da attrazioni estese su centinaia di migliaia di metri quadri come Gardaland a piscine e luna park di dimensioni ridotte).

colloca solo all'11° posto per numero di società e al 9° per numero di atleti (figura 5.23).

Figura 5.23. Società sportive e atleti ogni 1.000 abitanti, nelle città metropolitane - 2016
Fatti pari a 100 i valori della città con il valore più elevato; fonte: Coni



Dal 2006 *il Sole 24 Ore* calcola annualmente un indice sintetico di «sportività» delle province italiane, sulla base di una batteria di 30 indicatori che monitorano gli sport di squadra, le discipline individuali e le relazioni fra sport e società. Rispetto a questo indice – da interpretare sempre con cautela, come tutti gli indici che sintetizzano molti indicatori – Torino si posiziona sesta tra le città metropolitane. È prima per il calcio professionistico grazie ai risultati della Juventus, tra le ultime invece a livello di squadre dilettantistiche dei vari sport.

IN SINTESI

- Torino non presenta una particolare specializzazione nei servizi di alloggio e ristorazione, collocandosi penultima tra le città metropolitane per numero di addetti al settore sul totale del terziario
- Negli ultimi vent'anni, il numero dei posti letto nella città metropolitana torinese è cresciuto di circa il 50%, a fronte di un aumento delle presenze quasi triplo
- Il 52% dei posti letto è concentrato nel settore extralberghiero, il 48% in quello alberghiero (in cui resta molto debole l'offerta a 4 e 5 stelle)
- La crescita di turisti ha riguardato soprattutto l'area torinese, è stata più altalenante in Val di Susa e nel Pinerolese; l'attrattiva del Canavese e delle valli di Lanzo resta a livelli minimi
- L'indicatore di turisticità (densità di presenze al chilometro quadrato) rimane a Torino di livello medio basso, superato dalla gran parte delle città metropolitane italiane
- Il tasso di occupazione lordo delle camere alberghiere è il più basso del Centronord, così come il ricavo medio delle camere di Airbnb
- La specializzazione di Torino nel settore cultura e tempo libero è la più bassa tra tutte le città metropolitane italiane
- In particolare, il peso di Torino nel settore congressuale e fieristico è ancora limitato, anche per la mancanza di spazi e contenitori adeguati
- L'evento che produce maggiori ricadute sul territorio è, di gran lunga, il Salone del libro
- È cresciuto negli ultimi anni (ma con un rallentamento nel 2017) il numero di mostre capaci di attirare centinaia di migliaia di visitatori nel capoluogo piemontese
- Torino è terza in Italia – dopo Roma e Milano – per numero di spettacoli e relativo fatturato
- L'offerta di parchi di divertimento nell'area torinese è tra le più ricche, rispetto alle città metropolitane italiane
- Nello sport, Juventus a parte, la presenza di società (specie dilettantistiche) è relativamente bassa