



Primi segnali di ripresa per il settore alberghiero, molto bene ferragosto

Per gli alberghi torinesi un ferragosto con risultati migliori dei tempi pre-Covid per occupazione camere e ricavi. Una spinta a proseguire uniti nell'impegno sul settore turismo, tra i primi risultati del progetto Visit Torino e le prospettive dell'autunno.

Torino, 3 settembre 2021 *** Molto buoni i risultati riportati dagli hotel cittadini nella settimana di ferragosto, dopo un lungo periodo di difficoltà e prenotazioni decisamente al di sotto della media. Lo confermano i dati dell'Osservatorio alberghiero¹, strumento di analisi della Camera di commercio di Torino, realizzato in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e con le associazioni di categoria del settore.

*"Registriamo con soddisfazione i numeri positivi ottenuti dagli hotel torinesi in queste ultime settimane, finalmente un primo segnale concreto di ripresa – ha commentato il Presidente della Camera di commercio di Torino **Dario Gallina**. – La situazione è ancora incerta e sottoposta a tante variabili, ma questo è il momento di impegnarsi ancora di più. Sul territorio stiamo lavorando per sostenere il settore turismo e i comparti ad esso collegati, con diversi progetti che vedono coinvolti tutti gli attori di sistema. Lavoriamo sull'offerta per differenziarla e offrire esperienze che valorizzino le nostre valli destagionalizzando gli arrivi, ma soprattutto, puntiamo sulla capacità di fare rete con gli operatori, le associazioni di categoria e gli enti del territorio, per un risultato da raggiungere lavorando tutti insieme. Guardiamo con energia all'autunno con la grande occasione delle ATP e l'apertura a Caselle della nuova base Ryanair da novembre".*

Tralasciando l'estate nera 2020, nel periodo compreso **tra il 12 e 18 di agosto**, il **tasso medio di occupazione delle camere cresce del 22%** rispetto al 2019 e di **quasi il 14%** rispetto al 2018, attestandosi al **52,3%**. Si registra anche un **aumento netto dei ricavi (RevPAR) che supera del 36%** il dato 2019 e **del 26,7%** il 2018.

	OCC (tasso di occupazione)	ADR (tariffa media di vendita camera)	RevPAR (ricavo medio per camera)
	%	euro	euro
2021	52,3 +22,2% (2021/2019) +13,9% (2021/2018)	76,18 +11,4% (2021/2019) +11,2%(2021/2018)	39,84 +36,2% (2021/2019) +26,7% (2021/2018)
2020	30,2	77,60	23,43
2019	42,8	68,39	29,26
2018	45,9	68,48	31,45

¹ L'Osservatorio, a cura di Res/STR, 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. Ad oggi l'Osservatorio, avviato nel 2010, raccoglie le informazioni di numerose strutture torinesi, per un totale di 3.817 camere.

Dunque, anche quando confrontati con gli stessi periodi di anni precedenti alla crisi sanitaria, i **ricavi della settimana di ferragosto 2021 raggiungono il dato migliore degli ultimi 4 anni.**

Pur non potendo generalizzare per il futuro, considerata l'attuale situazione di incertezza, questi dati si affiancano ad una tendenza che vede **un tasso di occupazione delle camere in crescita da maggio**, con punte del 44,4% a luglio e una media del 51% dal 1° al 28 agosto (ultimo dato disponibile) e un picco del 72% sabato 28 agosto.

Forti anche di questi risultati, proseguono le attività dedicate al settore Turismo della Camera di commercio di Torino: dalla lunga campagna di influencer marketing #torinotales, portata avanti in questi ultimi due anni con Turismo Torino e provincia per posizionare Torino come destinazione del turismo post-covid (con un totale di **8 milioni e mezzo di persone raggiunte** di nazionalità italiana, tedesca e francese), alla recente collaborazione con Lonely Planet per il format "48 ore a Torino".

Tra le principali iniziative realizzate con le associazioni di categoria, centrale è il progetto **Visit Torino** che da fine 2020 ha visto l'avvio dei canali social Facebook e Instagram "Visit Torino Official", con l'obiettivo di sostenere e riposizionare il brand Torino nel mercato turistico e creare il desiderio di visitare la città appena possibile.

Questi i risultati dei canali social Visit Torino Official a distanza di 9 mesi:

Follower (FB + IG): 54.588

Interazioni: 403.798

Visualizzazioni complessive: oltre 24 milioni e mezzo.

All'attività di comunicazione più strettamente legata alla percezione e all'immagine di Torino, a fine maggio si è aggiunto il lato offerta con il portale **www.visit-torino.com** e il **Travel Box** che consente di prenotare un hotel in città e area metropolitana e ottenere 2 tour guidati esclusivi gratuiti.

Nel frattempo sono stati avviati due spin-off del progetto: uno per le aree di Canavese e Lanzo (visit-canavese-lanzo.it) e l'altro in Valle di Susa e Sangone (www.visit-valsusa.it). In queste zone sono disponibili per turisti e visitatori il **Tasting e l'Outdoor&Tasting passport**, che permettono, soggiornando due notti negli hotel proposti sulle piattaforme dedicate, di ottenere sconti per attività e ristoranti e di partecipare a 6 degustazioni gratuite.

A fine settembre il **Tasting passport** debutterà anche a Torino con degustazioni gratuite, sconti in ristoranti e trattorie. Soggiorni, esperienze e degustazioni sono prenotabili non solo dai siti, ma anche direttamente dalle **app dedicate** disponibili su *apple store* e *android (su google play store)*.

www.visit-torino.com

www.instagram.com/visit_torino_official

www.facebook.com/VisitTorinoOfficial

www.visit-valsusa.it

www.instagram.com/visit_valsusa_official

www.facebook.com/visitValsusa

visit-canavese-lanzo.it

www.instagram.com/visit_canavese_lanzo_official

www.facebook.com/visitCanaveseLanzo

Per informazioni:

Settore Comunicazione esterna e URP, Camera di commercio di Torino Tel. 011 571 6657/2

[@CamComTorino](http://www.to.camcom.it/comunicatistampa)