

Gli artisti cinesi salvano il turismo E ora c'è attesa per i giapponesi

MIRIAM MASSONE

— P. 44

Torino ha vissuto un'estate da città internazionale e il tasso di occupazione delle camere è cresciuto ancora

Il turismo tiene grazie agli artisti cinesi E la città progetta l'invasione giapponese

IL CASO

MIRIAM MASSONE

In estate i cinesi, in autunno i giapponesi: l'Oriente contribuisce a «far girare l'economia» torinese e soprattutto a riempire le stanze degli hotel con consistenti ricadute sul settore turistico-ricettivo. E anche grazie ai 550 cinesi, infatti, arrivati in città per il Festival delle Arti e della Musica tra il 14 scorso e nella settimana di Ferragosto l'occupazione media delle camere è risultata pari al 45,3%, cioè in crescita dell'8,2% rispetto allo stesso periodo del 2017 (i dati sono della Camera di Commercio).

Workshop «nipponici»

Ed ora si punta ai giapponesi: dal 19 al 25 ottobre Torino si è aggiudicata la Japan Week, una manifestazione che da 32 anni porta in tutto il mondo la cultura nipponica. Nella scorsa edizione, a Praga, hanno partecipato in 1200. Il festival sarà inaugurato in piazza Castello,

poi coinvolgerà anche il Teatro Regio, Palazzo Madama (per la cerimonia del tè), il Piccolo Regio, il Mao (per i workshop di calligrafia e i laboratori di origami), Palazzo Barolo (per la mostra di quadri e sculture giapponesi) e poi il Convitto Umberto I e la residenza socio-assistenziale Carlo Alberto. Arriverà anche una delegazione della West Japan Railway Company composta da 900 persone. Nello stesso periodo ci sarà anche il balletto sul ghiaccio al Palavela «Romeo & Juliet» di Ilya Averbukh, colossale russo che ha scelto Torino (19 e 20 ottobre: a costo zero per la città) e Verona come uniche tappe italiane, e a settembre l'appuntamento è con il Salone del Gusto e Terra Madre, con diversi alberghi ed Airbnb prenotati.

Turisti danarosi

«Sono tutti eventi che richiamano un turismo di livello, stranieri disposti a spendere

nella nostra città - dice l'assessore Alberto Sacco -: ed è quello che vogliamo ora, scommettere su un target preciso, i grandi eventi hanno dimostrato che funzionano». D'accordo anche il presidente di Federalberghi, Fabio Borio: «La strada è quella giusta e gli eventi aiutano, se si lavora in questo modo i risultati arrivano. Dobbiamo comunque riuscire ad «arrivare» anche grazie al sistema museale, che va supportato attraverso una migliore promozione di Torino». Nel frattempo il settore si gode i risultati ottenuti in una settimana che le stime davano invece per «nera» (Turismo Torino parlava di 39% di prenotazioni, a fronte del 45% dell'anno prima): i giorni miglio-



Peso: 1-2%,44-41%

ri sono stati il 12 (merito del debutto di Ronaldo a Villar Perosa), 13 e 14 agosto con un'occupazione delle camere cresciuta rispettivamente del 11,2%, del 22,6% e del 34,2% rispetto agli stessi giorni dello scorso anno.

Meno fortunato Ferragosto (-6,2% l'occupazione rispetto all'anno precedente) che a risentito del calendario, era di

mercoledì, metà settimana. Le camere sono state vendute mediamente a 64,63 euro, tariffa più bassa rispetto allo scorso anno (-2,4%), ma i ricavi medi per camera sono comunque cresciuti del 5,5%. —

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

45,3%
La percentuale
di occupazione
delle camere, superiore
dell'8,2% rispetto al 2017

550
Tanti i cinesi
arrivati in città
per il Festival
delle Arti e della Musica
il 13 e 14 agosto



Dal 19 al 25 ottobre a Torino ci sarà la Japan Week: alla scorsa edizione di Praga erano in 1.200

REPORTERS



Peso: 1-2%,44-41%