

Eurovision, non solo musica: è boom di turisti stranieri. Che descrivono Torino come “warm, friendly, surprising, amazing”



Eurovision Song Contest ha portato in città e nell'intero Piemonte **entusiasmo e tante emozioni**. Flash mob, concerti improvvisati ed esibizioni di artisti locali e internazionali seguiti da numerosi fan e turisti, hanno riempito le strade e le piazze, trasformando Torino in un palco a cielo aperto.

Eugenio in via di Gioia, Bandakadabra, Citi Zēni (Lettonia), Subwoolfer(Norvegia), The Rasmus (Finlandia) e il corpo di ballo della cantante spagnola Chanel Terrero Martínez, per citarne alcuni, sono tra gli artisti che hanno “usato” le strade di Torino per esibirsi e far divertire il pubblico. Le ricadute positive sul turismo in città sono confermate dalle elaborazioni dei primi dati forniti da un campione di strutture all'Osservatorio Turistico Regionale per il periodo

dal 1° al 14 maggio a Torino: rispetto allo stesso periodo del 2019, i pernottamenti dall'inizio del mese hanno infatti registrato un **incremento del 68%**. **Molti gli stranieri: oltre il 40%** dei movimenti del periodo.

Chi è venuto a Torino?

In occasione dell'evento, l'Osservatorio di Turismo Torino e Provincia ha somministrato un questionario qualitativo ai turisti in visita in città. Dagli oltre 750 questionari raccolti è emerso che i turisti che sono venuti a Torino per la prima volta sono il 56%; questi visitatori hanno viaggiato in coppia (30%) o con amici/colleghi (27%) utilizzando l'aereo (37%) e il treno (32%) per raggiungere la destinazione. Gli interessi sono principalmente focalizzati sulla musica (20%), sull'enogastronomia (16%) e sulle mostre (15%). La motivazione principale che li ha spinti a venire in città è l'evento Eurovision Song Contest (57%). A livello di provenienza ottimo è il riscontro da parte dei visitatori esteri che rappresentano il 49% in particolare da Gran Bretagna e Francia (12%), Spagna (9%) e Olanda (6%). Per ciò che concerne il soggiorno, la permanenza media si attesta su 3 notti o più (61%). La città è stata percepita in modo molto positivo: emergono aggettivi che la ritraggono come "bella, elegante" e dagli stranieri come "*warm, friendly, surprising, amazing*". Da evidenziare altresì che oltre il 70% dei turisti ha visitato almeno un museo; emergono ai primi posti in particolare Museo Egizio, Musei Reali, Museo Nazionale del Cinema, Reggia di Venaria e Palazzo Madama. Per concludere, il livello di soddisfazione della vacanza torinese è stato decisamente molto buono, infatti l'88% ha dichiarato di aver avuto un'esperienza positiva e di voler ritornare una seconda volta (90%).

Social Programme Delegazioni – Press

Turismo Torino e Provincia ha realizzato il **social programme delegazioni** (da sabato 30 aprile a sabato 14 maggio per le 40 delegazioni dei 40 Paesi in gara, 20 esperienze a Torino e 6

in Piemonte, declinate nei temi eccellenza, verde, insolito, contemporaneo, multi senso, paesaggi) che ha visto l'adesione di oltre 1.100 persone di 37 delegazioni, di cui 12 che hanno scelto di scoprire anche il Piemonte. Ha ideato inoltre con il contributo della Camera di commercio di Torino il SOCIAL PROGRAMME PRESS (6 proposte dalle Associazioni di Categoria GIA/Federagit e Maestri del Gusto di Torino e provincia, 12 musei, 2 degustazioni, 6 escursioni in regione, 5 escursioni in provincia da sabato 7 a sabato 14 maggio) che ha registrato oltre 140 prenotazioni, tra cui si segnalano le visite presso le Residenze Reali e le esperienze enogastronomiche come Merenda Reale ed Extra Vermouth.

Canali Social

I canali social utilizzati dagli Enti coinvolti nella promozione dell'evento (Facebook, Twitter ed Instagram) hanno raggiunto un totale di oltre 2.400.000 persone.

Il sito turismotorino.org ha registrato più di 27 mila utenti (+ 135,96% rispetto allo stesso periodo anno precedente) e totalizzato più di 35 mila visite (+146,89% rispetto allo stesso periodo anno precedente). Ottimi i risultati della **campagna digital PR**, realizzata dall'ATL, **con 7 creators nazionali presenti su tutti i social network con un forte seguito su TikTok** l'Official Entertainment Partner di Eurovision Song Contest tra cui ad esempio Pietro Morello, già Ambasciatore della Città di Torino. Le stories hanno totalizzato una media di visualizzazioni pari a 151.844, account raggiunti 145.126; i reel hanno totalizzato 751.739 visualizzazioni, 54.612 like, 790 commenti e 110 salvataggi. **La campagna drive-to-event** (attraverso SMS marketing, invio di messaggi a database profilato di Torino e provincia, Native Advertising, sui principali siti e magazine che consentono la geolocalizzazione degli utenti e DEM, invio di email a database di utenti profilato) ha registrato: **94.500 sms letti su 95.000 inviati; 19.000 dem lette su 200.000 recapitate e più di 750.000 visualizzazioni dei banner.**

Eurovision Village – Parco del Valentino

Con quasi **350 artisti** coinvolti, **Eurovision Village** ha proposto **oltre 55 ore** di spettacolo in **8 intensissime giornate** spaziando tra vari generi e coinvolgendo **20 delegazioni** ufficiali di Eurovision Song Contest. Con una platea di artisti provenienti da **24 diverse nazioni**, band che si sono formate o riunite per questa occasione, al **Village del Valentino ha visto il passaggio di oltre 220mila persone**.

Un format del tutto inedito ha caratterizzato il palinsesto coinvolgendo la ricchissima comunità artistica del territorio in un grande evento di portata internazionale dando vita a un palco “glocale”, immerso nel parco del Valentino nel centro città che ha visto **oltre 20 tra produzioni** e collaborazioni inedite, unendo così realtà locali a grandi interpreti nazionali ed esteri. Proposte inedite, di alta qualità, che hanno permesso al vasto pubblico del Village di conoscere nuovi artisti e poter vedere star internazionali suonare con musicisti torinesi e non solo. Altri numeri: **volontari coinvolti 24 al giorno per 8 giorni, totale 192; personale di produzione, tecnici di spettacolo e maestranze 80 persone. In totale oltre 150 persone**.

Lonely Planet

La nuovissima guida **Torino Pocket Lonely Planet** dal 4 al 14 maggio è stata scaricata in free download da **25.000 utenti**. “Torino regala Torino” è stato l’omaggio della Città di Torino a tutti i visitatori grazie alla collaborazione tra Città di Torino, Lonely Planet e Turismo Torino e Provincia. **Oltre 30.000 visitatori** hanno inoltre ricevuto materiale turistico promozionale della città, mappa e cartoline.

Media Centre Casa Italia

Oltre 300 i giornalisti nazionali e internazionali accreditati al Media Centre Casa Italia a Palazzo Madama; **25 gli**

artisti presenti agli appuntamenti giornalieri a loro dedicati; **45 le degustazioni guidate** che hanno coinvolto **25 aziende piemontesi** tra Consorzi vitivinicoli e turistici ed Enotecche regionali e **125 aziende torinesi** coinvolte dalla Camera di commercio di Torino di cui **30 Maestri del Gusto** di Torino e Provincia, **25 aziende vitivinicole Torino DOC**, 10 Associazioni di categoria.

In totale sono state oltre **1.100 le degustazioni servite.**