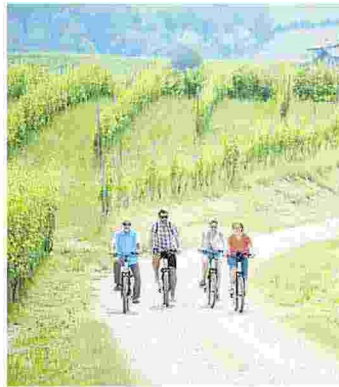


## Turismo

## Il Piemonte meglio di Chianti e Borgogna

di Sara Strippoli  
● a pagina 9

Se non ci fosse stato il Covid Torino e il Piemonte sarebbero andati benone. Pare infatti che in giro per il mondo siano tanti quelli che hanno una gran voglia di venire a visitare la nostra Regione. Per gradimento, addirittura, Torino prende due punti in più di Milano e le Langhe, il Roero e il Monferrato superano persino Borgogna e Franciacorta.



▲ In bici Nelle vigne

# Torino meglio di Milano ai turisti il Piemonte piace più di altre mete

Nel 2020 gli arrivi si sono dimezzati, ora il comparto riparte dai suoi punti di forza: "Le Langhe battono Chianti e Borgogna"

di Sara Strippoli

Se non ci fosse stato il Covid Torino e il Piemonte sarebbero andati benone. Pare infatti che in giro per il mondo siano numerosissimi quelli che hanno una gran voglia di venire a visitare la nostra Regione. Per gradimento, addirittura, Torino prende due punti in più di Milano e le Langhe, il Roero e il Monferrato superano persino Borgogna e Franciacorta.

Nel gergo turistico il termine di moda ora è "sentiment", ovvero il gradimento complessivo espresso nelle recensioni valutando ricettività, ristorazione e attrazioni. Il Piemonte ottiene 87,7 su 100, più della media italiana che si ferma a 87,1. Torino prende 87,1 quando Milano è a 85 punti.

Con queste premesse, se il vi-

rus dovesse felicemente abbandonarci, le prospettive per il futuro potrebbero aprire interessanti spiragli. Però la pandemia è purtroppo la realtà con cui fare i conti e il bilancio da cui si deve necessariamente partire, fotografato nel report dell'Osservatorio turistico regionale di VisitPiemonte, dice che arrivi e partenze si sono dimezzati nel 2020. Il calo di stranieri ha toccato punte del 67% e Torino è stata più penalizzata, il 70% in meno. I numeri impietosi dicono meno 53% nei pernottamenti e meno 57% negli arrivi: in cifre assolute 6 milioni e 971 mila pernottamenti e 2 milioni e 314 arrivi mancati.

Per raddrizzare un po' la barra il Piemonte ha inventato i voucher vacanza, l'opportunità presentata con lo slogan "Sei nostro ospite 2 notti su 3": si sta via tre giorni e si paga una sola notte. È stata una felice intuizione: ne sono stati venduti 32 mila coupon,

345 mila presenze per una ricaduta di circa 45 milioni di euro. L'intenzione è quella di rifinanziare: «Metteremo altri 1,5 milioni – dice l'assessora regionale al turismo Vittoria Poggio – e vogliamo destinare 6 milioni alla riqualificazione delle strutture ricettive». L'idea è poi quella di catturare i lavoratori in smart working, una risorsa che potrebbe rivelarsi gratificante: «Abbiamo scelto di favorire chi sceglierà di stabilirsi in Piemonte almeno per un mese in smart working – dice Poggio – Ed entro l'estate sarà pubblicata anche la prima guida online delle strutture ricettive piemontesi accessibili ai portatori di disabilità».

Per dare una spinta il Piemonte parteciperà all'edizione della Bit di Milano (tutta on line) in programma dal 9 al 14 maggio. E nel bilancio preventivo 2021, puntualizza il presidente Alberto Cirio, i fondi per il turismo ammontano a 35 milioni: «Contiamo però di trovare ulteriori supporti nel Recovery

Plan, nei progetti per i fondi europei scritti con il territorio, e con la candidatura come Regione Europea dello

Sport 2022, presentata il 12 aprile».

Sono andati molto bene i liguri, che hanno mantenuto la quota 2019 di turisti italiani. La montagna ha vissuto mesi estivi di grande successo che hanno in parte compensato le chiusure e nelle strutture extralbergiere la presenza di giovani fra 19 e 24 anni è salita del 6,5%. Se si traccia il profilo del turista che ci sceglie, dice la direttrice di VisitPiemonte Luisa Piazza, la Germania resta il primo mercato estero del Piemonte, ma segna in ogni caso un decremento del 60% di arrivi e 58% di presenze. Tra gli stranieri, il Belgio è l'unico Paese che ha portato un calo di viaggiatori inferiore al 50%. Sul fronte nazionale, i turisti lombardi si confermano i più numerosi, seguiti dai liguri. Agosto è stato il mese più soddisfacente con un segno negativo più contenuto: meno 23% di arrivi e meno 25% di pernottamenti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA