

Torino, 10 novembre 2017

## **Salone del Libro fra i motori dell'economia di Torino e Piemonte: la conferma dalle anticipazioni dei dati di quattro ricerche**

Il **Salone Internazionale del Libro di Torino** si conferma fra i motori del sistema economico e sociale torinese e piemontese, con la capacità di generare forti ricadute in termini di investimenti e di crescita civile. Sono gli indicatori che emergono dalle prime anticipazioni delle **quattro ricerche** realizzate in occasione della **30a edizione del Salone** per offrire una fotografia completa e aggiornata dell'evento e valutarne gli effetti diretti e indotti.

Spiega il Presidente della Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura, **Massimo Bray**: «*Si tratta di quattro studi multidisciplinari volti a fotografare la **dimensione economica** del Salone, il suo potenziale di **attrattiva turistica**, il **gradimento e sentiment del pubblico** e la **reputazione del Salone di Torino sui social media**. Alcuni di essi sono già completati, per altri è ancora in corso la raccolta ed elaborazione dei dati. Presenteremo i risultati completi una volta terminati i lavori di ricerca e assunte le decisioni dei Soci sulla governance del Salone*».

«*Quella progettata e realizzata in occasione del Salone 2017 – illustra il Vice-Presidente della Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura **Mario Montalcini** - è la più ampia e sistematica azione di **mappatura statistica** mai realizzata attorno alla manifestazione torinese nelle sue molteplici implicazioni. Aggiorna e completa le due ricerche realizzate dalla Camera di Commercio di Torino nel 2009 e 2014. Siamo grati a tutti gli uffici studi che le hanno elaborate, e in particolare all'Università di Torino con il rettore Gianmaria Ajani, perché due di esse nascono proprio tra i filoni di attività comune previsti dalla Convenzione stipulata tra la Fondazione e l'Ateneo nel dicembre 2016*».

### **Impatto economico**

Nel quadro della convenzione triennale tra la Fondazione e l'Università di Torino coordinata dal professor **Germano Paini**, un gruppo di lavoro sotto la guida dei professori **Giovanna Segre**, **Piervincenzo Bondonio** e **Marcello Bogetti** ha realizzato una ricerca sull'**impatto e la ricaduta economica** del Salone 2017. Nei cinque giorni della manifestazione ha somministrato a un campione statistico di visitatori ed espositori **2.100 questionari**. Il gruppo di lavoro dell'Università sta ora procedendo all'elaborazione dell'ultimo, fondamentale step di ricerca, volto a quantificare le **spese** per la realizzazione del Salone da parte di **soggetti organizzatori, espositori, scuole e visitatori professionali**, con l'obiettivo di quantificare l'**impatto economico** generato in termini di ricaduta diretta, indiretta e indotta sul territorio di Torino e del Piemonte.

Già ora è possibile però **anticipare alcuni dati** che offrono indicazioni importanti.

- Tanti i visitatori fedelissimi (il **38%** dei visitatori ha affermato di partecipare al Salone da oltre 7 anni) quanto quelli incuriositi dalla novità: il **24,5%** degli intervistati ha dichiarato di essere alla prima edizione, un dato in crescita rispetto al passato. I visitatori intervistati provengono per il 56% dall'area metropolitana di Torino e per il 44% da luoghi fuori da

essa; nel 32% dei casi da altre regioni. Oltre l'**86%** di coloro che provengono da fuori area metropolitana di Torino viene in città esclusivamente per visitare il Salone.

- Rispetto all'edizione 2013, cresce la quota di visitatori che ha dormito a Torino per **più notti**: dato confermato anche dalla ricerca di Turismo Torino condotta sul tasso di effettiva occupazione delle camere (vedi più sotto).
- La **spesa media giornaliera** dei turisti che pernottano (composta da pernottamento, ristorazione, shopping, servizi turistici e trasporti) cresce del **9,4%** rispetto all'edizione 2013, passando da una media di 100 euro al giorno a circa **200 euro**.
- Il Salone 2017 **ha attirato da fuori città di Torino il 64,3%** dei visitatori e perciò ha **aumentato la sua attrattività** rispetto all'edizione del 2013, nella quale la quota di persone che arrivava da fuori città era il 54,9%.
- Pur in presenza di alcune differenze nella metodologia di calcolo, la **spesa media in libri** stimata per il Salone 2017 è stata di circa **45 euro pro capite** a fronte di una media di **30,6 euro** calcolata per l'edizione del 2013. Il dato del Salone 2017 torna perciò ai valori che si erano registrati nel **2009**.
- Complessivamente il giro d'affari che scaturisce dalle **vendite di libri** nel Salone 2017 è - allo stato attuale della ricerca e quindi passibile di lievi aggiustamenti - stimato in un valore **pari a oltre 5,7 milioni**. Questo dato è **molto elevato** se paragonato al risultato del Salone 2013, poiché allora fu calcolato non applicandolo al numero dei **visitatori unici effettivi** ma al numero dei **passaggi** dichiarati: il dato 2013 andrebbe quindi opportunamente depurato per renderlo metodologicamente comparabile con l'attuale.
- Infine, un dato forte e promettente è quello che ci dice che il **92%** del campione degli oltre 2.100 intervistati ha espresso **l'intenzione di tornare** per il Salone 2018.

## Il Salone e il rapporto con il suo pubblico

La seconda indagine riguarda il gradimento del pubblico ed è stata realizzata da **Lorenzo Pregliasco** per **Quorum / YouTrend**. Il **78%** degli intervistati si è dichiarato «molto soddisfatto» dalla visita al Lingotto. I visitatori assegnano al Salone **8,7 punti su 10** sia per l'**allestimento** sia per il **programma degli eventi**, **9** per la **qualità del personale**, **8,4** per il servizio di biglietteria e prenotazioni online. Oltre 7 visitatori su 10 si dicono disposti a effettuare una **donazione** al Salone per iniziative future e campagne di crowdfunding. Altissimo il valore socializzante del Salone: l'**8,6%** dei visitatori si è detto completamente d'accordo con l'affermazione «Ho voglia di condividere e parlare con gli altri della mia visita al Salone».

## Capacità di attrazione turistica

**Turismo Torino** e l'**Osservatorio Turistico Torino e provincia** hanno realizzato a loro volta una ricerca volta a delineare l'attrattività del Salone rispetto al **sistema turistico-ricettivo** del territorio. L'edizione 2017 ha confermato la straordinaria capacità di attrazione turistica del Salone valutato come singolo evento: il **tasso di occupazione medio** delle camere alberghiere nel periodo del Salone si è attestato al **93%**.

Per ciò che riguarda la **tipologia di struttura** prenotata, emerge al primo posto l'**hotel 3 stelle** (33,3%). Quasi un quarto degli intervistati ha scelto una soluzione economica soggiornando presso amici/parenti (20,4%), seguito da appartamento in affitto (Air BnB e similari, 18,5%). Il canale di prenotazione più gettonato è senz'altro Internet, utilizzato dal 60% degli intervistati.

La **durata del soggiorno**. Tra i non residenti in Torino e area metropolitana, il **34,3%** ha effettuato la visita in giornata; il **27,3%** si è fermato 3 notti o più; il **25,3%** 2 notti e una percentuale inferiore (13,1%) soltanto una notte. Una tendenza – come confermato anche dalla ricerca dell'Università – a **prolungare il proprio soggiorno** a Torino, con i conseguenti effetti di ricaduta.

## **Il Salone e i social media**

La quarta ricerca riguarda l'analisi della **reputazione** e **trend** sui **social media** del **30° Salone Internazionale del Libro** nei mesi precedenti e nel corso dell'evento, raffrontati con *Tempo di Libri* di Milano. È stata realizzata dalla società **Querys** – una startup dell'Università di Torino – nell'ambito della convenzione stipulata fra il Salone e l'Università medesima. Per la prima volta si è potuta analizzare la risonanza del Salone sui **canali social Facebook e Twitter** e il rapporto con le rispettive community e influencer non soltanto in termini assoluti, ma attraverso il raffronto diretto con una manifestazione simile e concorrente. Ecco alcune anticipazioni. La pagina **Facebook** del Salone di Torino ha dimostrato una capacità di **engagement tripla** rispetto a *Tempo di Libri*: **3.860 interazioni quotidiane** contro le **1.273** della fiera milanese. Su **Twitter** lo **User Generated Content**, ossia il volume di tweet generato direttamente o indirettamente dal Salone del Libro di Torino, è risultato **doppio** rispetto a quello prodotto attorno a *Tempo di Libri*, pur frequentato dagli stessi influencer e opinion leader presenti a Torino: **22.924** tweet contro **11.739**.