

Alberghi, CCIAA Torino: L'ottima primavera torinese

Resi noti oggi i dati di sintesi sui principali periodi di affluenza turistica a Torino degli ultimi mesi, elaborati dall'Osservatorio alberghiero, 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.

L'Osservatorio, a cura di Res/STR, raccoglie giornalmente i dati di vendita e pricing di diverse strutture alberghiere aggregandoli in report complessivi e confrontandoli con gli stessi dati degli anni precedenti e con i dati di alcune città di riferimento. Avviato nel 2010, oggi l'Osservatorio raccoglie le informazioni di numerose strutture torinesi, per un totale di 3.707 camere.

*“Il mese di maggio ha raggiunto valori mai registrati prima dal settore alberghiero torinese: durante tutti i ponti e le festività le tariffe di vendita e i ricavi sono in netta ripresa superando i valori del 2019; con Eurovision Song Contest gli incrementi arrivano addirittura al +80% – dichiara il Presidente della Camera di commercio di Torino **Dario Gallina**. – Bene anche l'ultimo Salone del Libro, che supera i valori dell'edizione 2019. Non bisogna fermarsi qui: come dimostrano i dati di città come Milano e Genova la concorrenza tra destinazioni è agguerrita e occorre continuare a lavorare nella direzione intrapresa. Oltre al supporto agli eventi, come Camera di commercio seguiamo con i progetti Visit Torino e gli spin-off Canavese e Valli di Lanzo e Valsusa, che propongono offerte ed esperienze da vivere sul territorio”.*

*“Siamo estremamente soddisfatti – commenta **Maurizio Vitale**, Presidente di Turismo Torino e Provincia – dei risultati conseguiti in questo primo semestre del 2022; si tratta di un segnale molto positivo per la ripartenza del tessuto turistico della nostra città con importanti ricadute economiche e sociali. La vetrina dei grandi eventi, inoltre, consolida l’attrattività di Torino e provincia sia a livello domestico che internazionale”.*

Pasqua

Nel periodo di Pasqua 2022 il tasso medio di occupazione alberghiera torinese si è attestato al 76,6%, in lieve calo rispetto al 2019, anno scelto come riferimento in quanto periodo pre pandemico. Quest’anno migliorano però nettamente (+24,3%) le tariffe medie di vendita con una media pari a circa 125 euro per camera e i ricavi, pari a 96 euro, in crescita del **19,4%**.

Pasqua (ven, sab, dom).	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
2019	79,9	100,30	80,10
2022	76,6	124,70	95,60
VAR 22/19	-4,1%	24,3%	19,4%

Guardando ad altre città di riferimento nel 2022, si nota come **Milano** nel periodo pasquale si attesti ad un tasso di occupazione più basso rispetto a quello torinese (67%). Le

tariffe – di norma più elevate rispetto a Torino (in media annuale Torino è sugli 88 euro a camera, mentre Milano 148 euro) – si attestano ad una media di 144 euro, ma risulta limitato il ricavo, in linea con quello torinese. Per **Genova** si notano, invece, ottime performance, con altissimo tasso di occupazione (94%) e sostenute tariffe di vendita, con conseguenti ottimi ricavi.

Pasqua	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
Milano 2022	66,9	144,30	96,60
Genova 2022	94,17	202,29	190,50

25 aprile

Nella giornata del 25 aprile del 2022 il tasso medio di occupazione alberghiera è stato del 66,5%, in calo rispetto al 2019. Anche in questo caso però i miglioramenti si notano decisamente sulle tariffe, in crescita del 20% e sui relativi ricavi (+9%).

25 aprile	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
2019	73,1	89,91	65,70
2022	66,5	107,90	71,80

VAR 22/19	-9%	20%	9,3%
--------------	-----	-----	------

Guardando alla stessa giornata in altre città, per **Milano** si ripropone la stessa dinamica di Pasqua: occupazione minore rispetto a Torino, tariffe alte, ma ricavi tutto sommato in linea. Nel ponte del 25 aprile, **Genova** riempie meno gli hotel rispetto a Pasqua, ma mantiene in generale ottime performance.

25 aprile	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
Milano 2022	53,2	136,80	72,80
Genova 2022	80,0	147,00	117,89

Eurovision Song Contest

L'esperienza dell'Eurovision Song Contest ha ovviamente avuto nette ripercussioni sull'andamento del settore alberghiero. Prendendo in esame il periodo dal 10 al 14 maggio 2022, si registra un'occupazione alberghiera pari all'80%, tariffe di vendita in media molto alte (**195 euro**) e ricavi altrettanto significativi (**156 euro medi a camera**).

Effettuando il confronto con il 2019 (che negli stessi giorni vedeva la presenza a Torino del Salone del Libro) si nota un'occupazione camere in lieve calo (probabilmente dovuta ad

un rilascio di camere prenotate per Eurovision e all'ultimo non utilizzate), ma a differenze di prezzi e ricavi nettamente significativi: +82% di tariffe e +79% di ricavi.

Eurovision	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
2019	81,59%	107,24	87,49
2022	80,3%	195,2	156,6
VAR 22/19	-1,63%	82,02%	79,06%

Salone del Libro

Se l'Eurovision Song Contest rappresenta un evento unico e non confrontabile, nel caso del Salone del Libro è possibile paragonare i risultati durante le diverse edizioni. Prendendo sempre in esame quest'anno e il 2019, risultano in crescita il tasso di occupazione, ma soprattutto le tariffe medie e di conseguenza i ricavi.

Salone del Libro	OCC (tasso di occupazione) %	ADR (tariffa media di vendita camera) euro	RevPAR (ricavo medio per camera) euro
2019	81,3	109,89	89,76
2022	84,7	154,87	131,16
VAR 22/19	4,20%	40,94%	46,12%

Nel 2022 il tasso di occupazione più alto si è raggiunto con la notte di giovedì 19 maggio, mentre la tariffa e il ricavo più alti si attestano nella giornata di sabato 21 maggio.

Mese di maggio

Guardando al mese nel suo complesso, si evidenzia come siano stati raggiunti valori mai registrati prima sia in termini di tariffa media di vendita, non scesa mai per tutto il mese sotto i 100 euro, rispetto alla media torinese di 88 euro, con un valore medio pari a **139 euro**, sia in termini di ricavi con una media pari a **106 euro a camera** e oltre **87mila camere** vendute nel mese.