

EFFETTO DEI GIOCHI OLIMPICI INVERNALI SULL'IMMAGINE INTERNAZIONALE DI TORINO

I Giochi olimpici invernali del 2006 sono stati un buon investimento per la città di Torino? Quali potranno essere sul piano del turismo i ritorni di questo evento?

OBIETTIVI

Scopo del presente lavoro è fornire una stima dell'effetto che i XX giochi olimpici invernali hanno avuto sull'immagine turistica della città. Valutare cioè non solo se è cambiata la diffusione della conoscenza di Torino, ma anche capire se ci sono state evoluzioni qualitative.



SOLUZIONE

Sono state condotte due survey, una prima e una dopo i Giochi in tre Paesi europei (UK, Francia e Germania), per un totale di 3.000 interviste.

La conoscenza della città di Torino è aumentata dopo i Giochi del 7%.

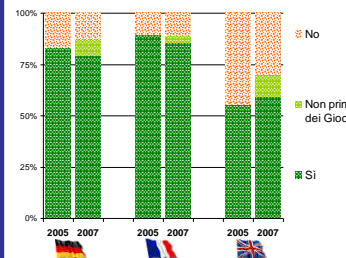
Il cambiamento non è stato però solo quantitativo. L'immagine della città è cambiata sostanzialmente: l'idea di città a prevalente vocazione industriale ha ceduto il passo a quella di città d'arte, capace di accogliere grandi eventi ed i flussi turistici che questi comportano.

La "nuova" Torino è vista come una città sportiva ed internazionale, aggettivi fortemente connessi all'evento olimpico.

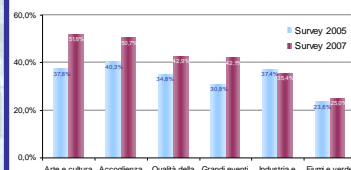
È questo l'elemento che sembra sancire il successo dell'operazione olimpici: si è diffusa e rafforzata l'idea di Torino come di una città d'arte, internazionale, "viva" e tale nuova immagine è fortemente associata con l'intenzione di fare di Torino la meta di una prossima vacanza.

BENEFICI

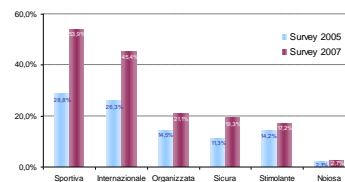
Il progetto è riuscito a "misurare" il potenziale ritorno in termini di turismo che i XX giochi olimpici invernali potrebbero avere. Si è resa possibile una stima, seppur approssimativa, del volume di turisti che stanno valutando di visitare la città nei prossimi anni, una descrizione delle loro caratteristiche (fascia d'età, genere, livello socioeconomico, abitudini di consumo culturale...) e attese (in termini di immagine della città) in modo da poter organizzare al meglio la loro accoglienza. Tutto ciò nella speranza di rinforzare il percorso virtuoso intrapreso da Torino.



L'effetto olimpico sulla conoscenza di Torino si evidenzia soprattutto nel Regno Unito

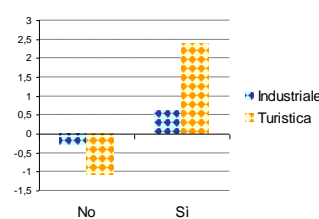


L'immagine di Torino diffusa in questi tre Paesi è cambiata. L'idea di città a vocazione eminentemente industriale ha lasciato il posto ad una visione a tutto tondo, che la vede soprattutto come città dell'arte e dell'accoglienza



Le Olimpiadi hanno sottolineato la dimensione internazionale di Torino, "molto" presente in circa metà degli intervistati.

Intende visitare Torino nei prossimi 5 anni?



Come si vede nel grafico, un'immagine di Torino in termini di città turistica è fortemente associata con l'intenzione di recarsi in città nei prossimi cinque anni.