



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

SALONE
dell'AUTO
TORINO



PARCO VALENTINO

Il pubblico del Salone dell'Auto di Torino 2017

- ◆ **47 case automobilistiche**
- ◆ **9 centri stile**
- ◆ **12 sponsor**
- ◆ **8 espositori media**
- ◆ **230 persone di presidio stand**
- ◆ **1.498 operatori del settore** venuti a Torino per il Salone
 - 661 giornalisti
 - 600 dealer



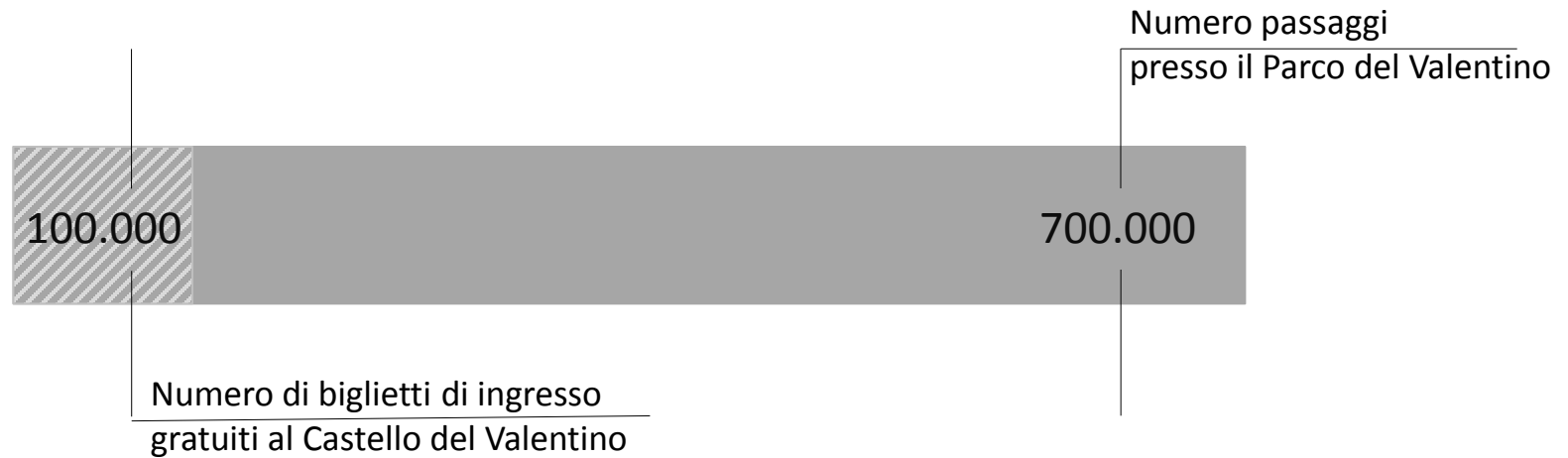
L'indagine ha raccolto **1022 interviste complete** tra mercoledì 7 e domenica 11 giugno, in diversi punti del Parco del Valentino, con due presidi fissi all'interno del cortile del Castello del Valentino e nell'area test drive.



Di queste sono state **oggetto di analisi 768 relative al pubblico effettivo del Salone** (individuato attraverso opportune domande inserite nel questionario), così da escludere dalle valutazioni i visitatori casuali e non interessati all'evento ma solo di passaggio al Parco del Valentino.



STIMA SUL PUBBLICO DEL SALONE



Analogamente ad altri eventi che si sviluppano in location aperte al pubblico, è quindi possibile stimare il “peso” dei diversi pubblici che hanno interagito – seppur con intensità diversa – con il Salone ovvero:

- ➔ **PUBBLICO “CORE”**: motivato e interessato in modo principale al Salone: **120.000 persone**
- ➔ **PUBBLICO CASUALE MA INTERESSATO** che, una volta al Parco, ha però colto l’occasione per visitare il Salone: circa **290.000 persone**
- ➔ **PUBBLICO CASUALE NON INTERESSATO** al Salone ma alla fruizione del Parco: **290.000 persone**
Si rimanda al capitolo finale del presente documento per l’approfondimento metodologico



PUBBLICO DEL SALONE

- ➔ **composto in prevalenza da under 30**
- ➔ prevalentemente torinese
- ➔ apprezza molto la collocazione dell'evento, il periodo dell'anno in cui si svolge, la qualità delle collezioni esposte e la gratuità dell'ingresso.

PUBBLICO NON TORINESE

Il Salone ha rappresentato la principale motivazione per recarsi a Torino per quasi il 40% dei visitatori (vedi slide dedicata).

Il visitatore ha dedicato poco tempo al resto dell'offerta culturale e di loisir della città, con la leggera eccezione dello shopping.

Solo la metà ha dichiarato di essere a conoscenza del fatto che il Salone si sviluppava anche in altre location oltre al Parco del Valentino, e solo un'altra metà ha espresso l'intenzione di visitarle, in primis Piazza Vittorio e Piazza San Carlo.





Pubblico ben distribuito per fasce di età:

➔ **51,2 % under 40**

➔ **1/3 rappresentato da under 30.**

Fascia di età	Percentuale
Under 20	4,2 %
21-30	30,7 %
31-40	16,3 %
41-50	15,5 %
51-60	16,9 %
61-70	11,3 %
Over 70	5,1 %
Totale	100 %



IDENTIKIT DEL PUBBLICO DEL SALONE DELL'AUTO

PROVENIENZA

Provenienza	Percentuale
AM	61,2 %
Prov. Torino	18,4 %
Piemonte	4,8 %
Italia	14,2 %
Eestero	1,4
Totale	100 %



Netta prevalenza di pubblico dall'area torinese
Area Metropolitana e Provincia: 80 % dei visitatori
Extra Piemonte: 16 % circa

Più della metà dei visitatori provenienti da fuori Piemonte arriva dalle Regioni di prossimità: Lombardia e Liguria. Tale allineamento conferma la rappresentatività statistica del campione di interviste rispetto al pubblico del Salone.

Provenienza	Percentuale sul totale degli intervistati provenienti da fuori Regione
Lombardia	42,2 %
Liguria	10,1 %
Emilia	8,3 %
Lazio	5,5 %
Veneto	4,6 %
Toscana	2,8 %



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



MOTIVAZIONE ALLA VISITA

Perchè sei venuto a Torino?	N. interviste	Percentuale
Sono qui per il Salone	112	37,6 %
Altro	186	62,4 %
Totale	298	100 %

Per il 38% di chi proviene da fuori Torino, il Salone ha rappresentato la principale motivazione di visita.

Tale dato indica la capacità del Salone di “attingere” pubblico anche da bacini di utenti già presente in città per altre ragioni.*

Che cosa ha fatto /ha intenzione di fare durante il suo soggiorno a Torino?	Totale interviste provenienti da fuori l'AM	Solo salone	Shopping	Musei/ attività culturali	Divertimento / locali	Altro
Turisti/escursionisti (interviste)	298	224	58	25	43	23
Turisti/escursionisti (percentuale)	100 %	75,2 %	19,5 %	8,4 %	14,4 %	7,7 %

*Si tratta del pubblico di visitatori casuali che, una volta arrivati al Parco del Valentino, hanno scelto di visitarne gli stand (cfr. slide 4)



PRIMA VOLTA A TORINO?



Il pubblico del Salone non è composto da turisti o visitatori alla prima esperienza in città ma, al contrario, quasi tutti gli intervistati hanno dichiarato di essere già stati in città.

E' la prima volta a Torino?	N. Interviste	Percentuale
Si	17	5,7 %
No	281	94,3 %
Totale	298	100 %

GIUDIZI DEI VISITATORI



La valutazione degli intervistati è molto positiva su tutti gli aspetti.

Cosa ti piace di più del Salone?	Turisti/escursionisti	Locali
La collocazione nel Parco del Valentino	4,7	4,6
La qualità dei modelli esposti	4,3	4,2
Il periodo dell'anno in cui si svolge	4,5	4,5
La gratuità	4,9	4,9



SALONE ED EVENTI DIFFUSI

Sei al corrente che il Salone dell'Auto si svolge anche in altre parti della città?	Si
Tutto il campione	51,7 %
Locali	53,4 %
Turisti/ escursionisti	49 %
Se si hai intenzione di andarci?	Si
Tutto il campione	25,5 %
Locali	25,7 %
Turisti/ escursionisti	25,2 %

La quota di visitatori informata del fatto che il Salone si sviluppasse anche **su altre location** diffuse sul territorio torinese è di **circa la metà sia per i locali, sia per i turisti/escursionisti.**

Di questi, uno su due ha dichiarato l'intenzione di andarci oppure ha detto di averlo già fatto. **Meta principale è stata Piazza Vittorio seguita da Piazza San Carlo.**

Parco Dora è stato frequentato soprattutto dai torinesi. Meno rappresentate le altre location, con l'eccezione di Stupinigi che, comunque, viene visitata da quasi il 20% del pubblico.

Se ha intenzione di andarci, in quale location intende recarsi?	Piazza Vittorio	Stupinigi	Piazza San Carlo	Parco Dora
Tutto il campione	63,3 %	16,8 %	44,4 %	22,4 %
Locali	66,9 %	17,4 %	47,1 %	28,1 %
Turisti/ escursionisti	57,3 %	16,0 %	40,0 %	13,3 %



IMPATTO ECONOMICO DEL PUBBLICO DEL SALONE DELL'AUTO

	Pubblico complessivo	Pubblico richiamato a Torino dal Salone*	Valore medio budget giornaliero**	Giorni di soggiorno a Torino	RICADUTA SUL TERRITORIO DI TORINO (Euro)
Escursionisti	43.906	36.003	41	1	1.476.128
Turisti	2.656	2.178	213	2,1	925.703
Totale	46.563	38.181			2.401.831

La **ricaduta economica generata dalla spesa in città del pubblico “core”** espressamente richiamato dal Salone è stata di circa **2,4 milioni di Euro**.

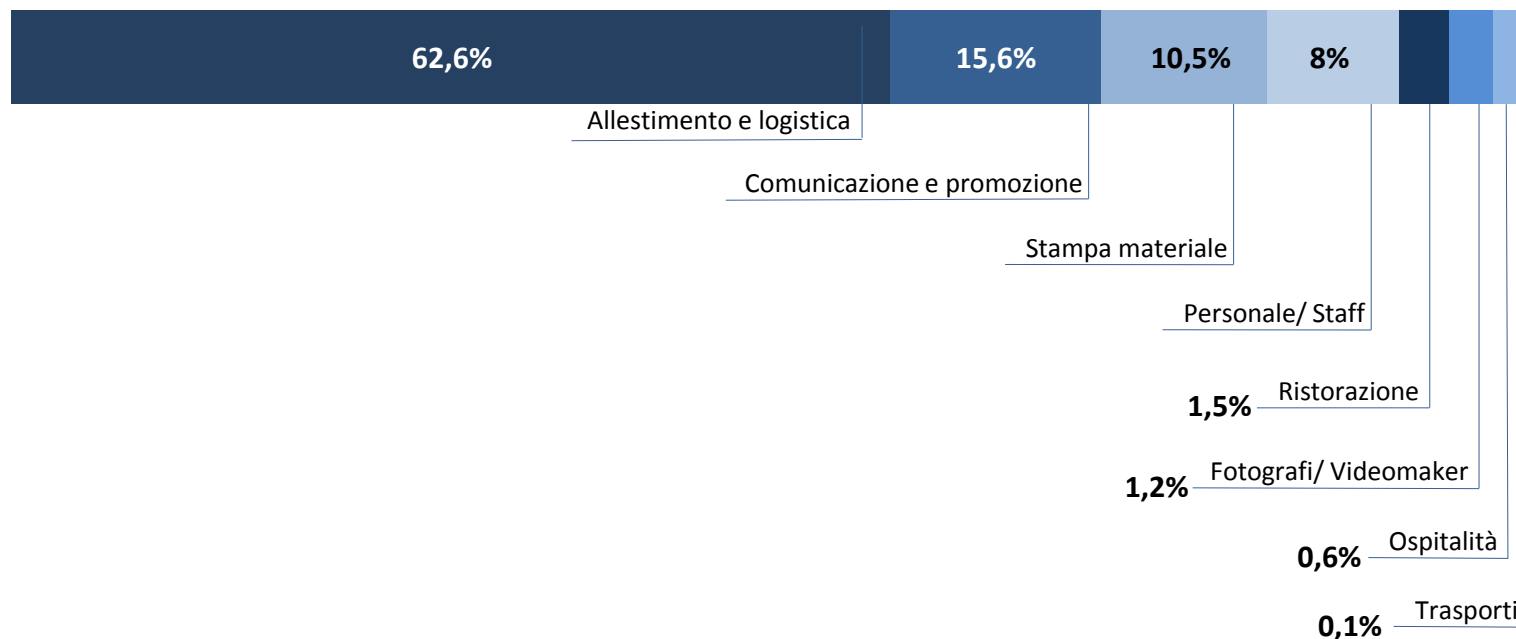
- l'82% del pubblico intervistato ha dichiarato di trovarsi a Torino espressamente per il Salone dell'Auto. Il restante 28%, invece, per altre ragioni. La stima della ricaduta economica addizionale generata dalla manifestazione, quindi, è stata calcolata solo sulla percentuale di visitatori effettivamente in città perché richiamati dall'evento, escludendo i visitatori “casuali”.

** calcolato sulla base dei dati acquisiti durante l'intervista. Il dato non tiene conto dei costi di trasporto per venire a Torino e di tutte le spese allocabili fuori dal territorio di riferimento.



BILANCIO COMPLESSIVO DAL SALONE 1,6 MILIONI DI EURO

QUOTA PARTE DEL BILANCIO CON RICADUTA DIRETTA SUL TERRITORIO TORINESE 1,5 MILIONI DI EURO



RICADUTA ADDIZIONALE GENERATA SUL TERRITORIO

La presente indagine, come quelle che l'hanno preceduta su altri eventi e manifestazioni di Torino, si pone l'obiettivo di ricostruire la ricaduta economica *addizionale* del Salone ovvero la dimensione economica di quell'impatto che può essere considerato in diretta relazione con la presenza della manifestazione a Torino.

VALORE ADDIZIONALE TOTALE PRODOTTO DAL SALONE 4,2 MILIONI DI EURO

2,4 MILIONI DI EURO
Spesa del pubblico "core" e ricaduta generata dal pubblico

1,5 MILIONI DI EURO
produzione evento

Circa 300.000 Euro
Eventi correlati

BUDGET COMPLESSIVO DELL'EVENTO

➔ **Di cui 55.000 Euro in entrata per la Città di Torino**
(occupazione suolo pubblico + pubblicità stradale)

➔ **Di cui 300.000 Euro di IVA**