

L'INTERVISTA

“Una città in fermento Ecco perché attrirate sempre più nuovi turisti”

Il “regional director” di Booking.com e il boom di arrivi
“Ma è ancora fuori dai maggiori circuiti dei tour operator”

STEFANO PAROLA

PRIMA l'Expo, poi i grandi eventi e le vacanze di Natale. La Torino del turismo sta diventando sempre più una macchina ben rodada e a certificarlo non sono più soltanto i suoi addetti ai lavori: «Noi siamo molto contenti di come la città stia rispondendo e del numero di richieste che la riguardano», spiega Andrea D'Amico, regional director di Booking.com, uno dei principali siti di prenotazioni alberghiere, che ai turisti di tutto il mondo offre 3.300 strutture in Piemonte di cui 400 solo nel capoluogo regionale.

Direttore, Torino sta funzionando dal punto di vista turistico?

«Come tendenza sta andando abbastanza bene. Ha goduto di un buon traino dall'Expo. Ab-

L'EXPO

“È stato un buon traino: abbiamo riscontrato molte doppie prenotazioni prima tappa a Milano poi sotto la Mole”

biamo infatti riscontrato molte doppie prenotazioni, prima su Milano e poi su Torino. Segno che l'evento ha avuto un beneficio positivo sulla città. Ma è tutto l'andamento dell'ultimo anno a essere buono».

Come si spiega questo miglio-

ramento?

«Torino sempre più spesso viene percepita come una città in fermento e questo la aiuta molto ad attrarre turisti. È un aspetto positivo, che compensa in parte il fatto che la città sia un gradino sotto rispetto a Milano, Roma o Venezia, perché comunque è fuori dai grandi circuiti internazionali dei tour operator o della moda. Siamo comunque soddisfatti di come stanno andando gli affari per gli hotel torinesi».

Questo ponte dell'Immacolata è iniziato sotto buoni auspici: secondo il vostro sito l'88 per cento degli alberghi che proponete non ha neppure una stanza libera per stanotte. Avete già una stima di come andrà il periodo natalizio?

«Probabilmente la regione e un po' tutto l'arco alpino beneficeranno dell'arrivo delle feste, però è presto per fornire dati numerici. Ormai la prenotazione dell'ultimo minuto sta diventando una prassi sempre più consolidata. Noi stessi abbiamo dovuto attrezzarci per far fronte a questa nuova tendenza creando delle applicazioni che aiutano a decidere all'ultimo momento dove dormire».

Nel dibattito cittadino si rimarca spesso che gli eventi sono un traino fondamentale per il turismo. Lo pensate anche voi di Booking?

«Certamente. I grandi concerti, il Torino Film Festival, le mostre, ma anche la stessa Juventus, soprattutto quando affronta le sfide internazionali: sono tutti appuntamenti che por-

tano movimento, non solo dal resto d'Italia ma anche dalla vicina Francia, e che arricchiscono il tessuto economico del capoluogo. Rispetto al passato, Torino è cresciuta molto sia per la sua offerta artistica che per la vita notturna. Oggi, assieme a Milano, è una delle città italiane più proiettate verso l'Europa».

Tra chi viene sotto la Mole e utilizza il vostro sito ci sono più italiani o stranieri?

«Come spesso avviene sul nostro portale c'è un buon mix di attività “domestica” e di prenotazioni da fuori».

Ha qualche suggerimento per gli hotel della città?

«Oggi, al di fuori dall'Italia, tra i mercati più promettenti ci sono Cina, Brasile, India e Russia. Da questi Paesi provengono turisti generalmente facoltosi, che richiedono standard elevati: colazioni complete e curate, alberghi con la palestra e così via. Per spiccare di fronte ai loro occhi è importante che la percezione sul nostro portale sia buona, dunque occorre inserire foto belle, che sappiano creare atmosfere particolari».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SUGGERIMENTO

“Tra i mercati più promettenti ci sono Cina, Russia e India ma sono clienti facoltosi, pretendono standard elevati”



AL TIMONE
Andrea D'amico è
il "regional director"
di Booking.com

