



L'edizione 2012 di Gran Tour si è svolta dal 14 aprile al 10 novembre. Il progetto ha proposto un calendario di **130 percorsi replicati in 248 appuntamenti** suddivisi in due sessioni: la prima fino al 15 luglio e la seconda, dopo un mese di pausa, da Ferragosto al 10 novembre.

Quest'anno il **tema centrale del progetto è stato il paesaggio** inteso nei suoi diversi aspetti affrontati in 59 itinerari che hanno permesso di scoprire la ricchezza del territorio piemontese tra colline, laghi, scenari alpini, parchi e giardini storici.

Una seconda sezione del programma ha previsto **itinerari tra arte, storia e le eccellenze artigianali-enogastronomiche del territorio**, abbinati talvolta a sagre e festival.

Oltre a questi, si sono riproposti in una sezione *ad hoc* **venti itinerari classici** di Gran Tour ovvero quelli confermati da più edizioni che continuano ad essere apprezzati dal pubblico e a registrare "il tutto esaurito".

Un'importante novità introdotta per l'edizione 2012, d'intesa con la Regione Piemonte, è stata il **coinvolgimento nel progetto dei Piani di Valorizzazione Territoriale e dei Sistemi Urbani e Provinciali**, strumento di programmazione della Regione Piemonte finalizzato allo sviluppo di servizi e attività di valorizzazione del patrimonio culturale, per migliorarne la fruizione e la gestione anche con gli operatori economici del territorio, a partire dal sistema dell'accoglienza, della produzione enogastronomica e dell'artigianato.

Questa collaborazione ha permesso di attivare quasi **50 nuovi percorsi** che hanno avuto un buon riscontro di pubblico.

Il numero di partecipanti medi per questi percorsi è stato elevato, pari a 38 persone e il 77% dei posti occupati.

Gli itinerari in programma sono stati progettati anche dai volontari delle **oltre 60 associazioni di volontariato culturale** che partecipano all'iniziativa e dalla **Società Piemontese di Archeologia e Belle Arti SPABA**.

In una piccola sezione specifica del programma sono stati inseriti **14 proposte di percorsi attivati direttamente dal territorio**: appuntamenti a cui partecipare con mezzi propri, per frequentare i percorsi in libertà. Alcune proposte hanno avuto un buon riscontro di pubblico (insieme ai residenti) altre non hanno raggiunto un numero sufficiente di iscritti per poter essere attivate.

La tabella 1 sottostante riporta il confronto tra i dati più significativi delle ultime quattro edizioni.

Tabella 1

	2012	ANNO 2011	ANNO 2010	ANNO 2009	ANNO 2008
Numero totale di partecipanti*	8.000	9.100	9.500	9.100	9.400
Media partecipanti per itinerario	30,4	33,5	32,8	29,4	30,5
Numero posti totali disponibili	9.700	10.500	11.500	13.400	11.000
Tasso di occupazione dei posti disponibili (per gli itinerari realizzati)	79%	87%	83%	70%	80%
Itinerari annullati (rispetto al n° di appuntamenti in programma)	4,8%	1,8%	6,5%	8%	2,5%
Numero di settimane di programmazione	25	25	25	22	24
Numero di appuntamenti	248	272	307	350	315

* esclusi i partecipanti ai percorsi di Ferragosto

Rispetto alle ultime edizioni si è registrato un **calo del numero totale iscritti e della media dei partecipanti**. La partecipazione complessiva si è ridotta di circa il 10% sul 2011. Analizzando nel dettaglio il riscontro dei percorsi emerge che sono stati penalizzati dal pubblico alcuni itinerari proposti sostanzialmente invariati da anni e quelli costruiti sulla provincia di Torino, laddove non sono stati inseriti beni/siti di forte richiamo (ad es. Avigliana, Cavour, Collegno, Carignano, Rivalta....). Probabilmente chi frequenta Gran Tour li conosce già o per la vicinanza a Torino (da cui proviene la maggior parte del pubblico) o perché già proposti nelle passate edizioni.

Da segnalare che anche alcuni percorsi nuovi, che in fase di progettazione sembravano potenzialmente molto interessanti, hanno registrato una partecipazione inferiore alle aspettative.

Nell'insieme del calendario, sono stati **annullati per insufficienza di iscrizioni il 4,8% degli itinerari in programma** (pari a 15 percorsi, in leggero aumento rispetto all'edizione precedente); il dato può essere collegato al calo del numero degli iscritti.

I punti di prenotazione e vendita sul territorio, attivati da quest'anno, hanno registrato complessivamente circa 50 iscrizioni.

L'allegato 1 riporta il dettaglio dei partecipanti per i singoli appuntamenti del programma 2012, suddivisi per mese e riepilogati nella tabella 2 sottostante.

MESE	TOTALE ISCRITTI	TASSO OCCUPAZIONE DEI POSTI	MEDIA ISCRITTI PER ITINERARIO
APRILE	489	55,3%	20,4
MAGGIO	1.566	76,8%	30,6
GIUGNO/LUGLIO	1.570	81,5%	33,4
AGOSTO/SETTEMBRE	2.789	79,7%	38,2
OTTOBRE/NOVEMBRE	1.457	87,5%	29,2

Il mese con il **più alto tasso di occupazione dei posti** è stato **ottobre**, seguito dai mesi estivi tra giugno e settembre. **Aprile è stato il mese con il riscontro più basso in termini di pubblico.**

Complessivamente è risultato **esaurito il 50% degli appuntamenti in programma**, di cui un terzo realizzato dai Piani di Valorizzazione Territoriale e Sistemi Urbani.

Tabella 3.

TIPO DI PERCORSO	TASSO OCCUPAZIONE DEI POSTI	MEDIA ISCRITTI PER ITINERARIO
PERCORSO A PIEDI * 5 €	80,6%	22
PERCORSO TORINO E PROVINCIA 12 €	65,7%	26
PERCORSO SU TERRITORIO REGIONALE 18 €	86,7%	40

** I percorsi a piedi hanno un numero massimo di posti disponibili pari a 25-30, diversamente da quelli in bus solitamente con 50 posti.*

La tabella sopra riportata evidenzia come **la scelta di partecipazione da parte del pubblico non sembra essere influenzata direttamente dalla quota di partecipazione**; i percorsi più costosi hanno in realtà registrato il tasso di occupazione e la media iscritti più alta, seguiti dai percorsi a piedi.

Il pubblico probabilmente valuta il percorso sulla base della proposta (siti proposti, novità-originalità, facilità nel raggiungere i siti con mezzi pubblici in altre occasioni).

La crisi economica congiunturale può avere influito sul numero di percorsi frequentati per singolo partecipante.

La Tabella 4 sottostante mostra un'ulteriore suddivisione del programma di Gran Tour in base all'area tematica degli itinerari. I "percorsi classici" (ad es. il carcere Le Nuove, il palazzo di giustizia Bruno Caccia, la Cavallerizza Reale, i caffè storici di Torino..) hanno avuto una buona partecipazione, quasi al livello di quelli organizzati da Spaba (costruiti quest'anno sul tema dei giardini storici, del paesaggio e del verde).

Tabella 4

area tematica	Tasso occupazione dei posti disponibili	Media iscritti per itinerario
Percorsi "classici"	82%	25,5*
Percorsi organizzati da Spaba	84%	40,2
Percorsi dei Piani Territoriali	77%	37,8

**la maggior parte dei percorsi classici prevede passeggiate con massimo 25-30 posti disponibili*

I percorsi attivati direttamente sul territorio hanno avuto un riscontro molto limitato in termini di pubblico. Alcuni non sono stati attivati per insufficienza di iscritti (laddove previsto un bus per il trasporto da un territorio ad un altro) altri sono riusciti a coinvolgere, oltre al pubblico di Gran Tour, anche partecipanti tra i residenti in zona.

Fuori da Torino e cintura, la proposta di stimolare la mobilità tra territori diversi non ha avuto riscontro. Probabilmente ciò è dovuto alla minore densità demografica e quindi alla dispersione dei residenti nelle varie province (anche capoluoghi) e alla difficoltà nel raggiungere il pubblico.

Il numero verde 800329329 attivo per le prenotazioni ha ricevuto durante il periodo dell'iniziativa **2.800 telefonate.**

Quest'anno per la prima volta è stato possibile prenotare e pagare on line i percorsi di Gran Tour dal sito piemonteitalia.eu. Il riscontro è stato da subito positivo, con 6.700 euro di incassi derivati da **transazioni on line, pari al 9% del totale incassi.** Quasi la metà sono stati registrati nei primi giorni di apertura delle prenotazioni (3 aprile e 1 giugno), segno che la nuova modalità è apprezzata poiché permette di evitare code e acquistare comodamente da casa.

L'incasso lordo derivato dalle quote di partecipazione ai percorsi è stato di 88.000 euro, +7,3% rispetto all'edizione 2011.

La **spesa media per partecipante è di 11,5 euro a prenotazione** (nel 2011 era 9,3 euro); tale aumento di quasi 2 euro è dovuto all'incremento delle quote di partecipazione.

Le **quote di iscrizione** sono state aumentate rispetto all'edizione precedente per compensare la riduzione dei contributi da parte degli Enti finanziatori:

5 euro per gli itinerari a piedi

12 euro per gli itinerari con pullman riservato in Torino e area metropolitana

18 euro per gli itinerari con pullman riservato in regione

I CONTRIBUTI E GLI INCASSI

L'incasso netto derivato dalle quote di partecipazione è stato di circa 73.000 euro, in aumento del 7,3% rispetto al 2011.

Il progetto è riuscito quest'anno ad **auto-finanziarsi per circa il 48,5% rispetto al bilancio generale** (contro il 35% del 2011 e 30% del 2010); continua pertanto l'incremento dell'autofinanziamento dell'iniziativa, a fronte della riduzione dei contributi da parte degli Enti.

È da sottolineare che la Regione Piemonte e la Città di Torino hanno fornito una parte del servizio di stampa dei materiali, supporto che ha permesso una riduzione delle spese in capo all'Associazione.

L'ufficio stampa di Gran Tour è stato seguito quest'anno congiuntamente dagli uffici di Regione Piemonte, Provincia di Torino e Città di Torino.

Nel 2012 il **contributo degli Enti pubblici per il progetto è stato di 77.700,00 €** complessivi.

Se si suddivide tale importo per il numero delle presenze sull'intero programma si ottiene un **contributo medio di 9,7 a persona** (in riduzione di 3,7 euro rispetto al 2011, come già avvenuto nell'edizione precedente).

Più di un terzo degli incassi si sono registrati nei due mesi di apertura delle prenotazioni (aprile e giugno), segno dell'interesse del pubblico a riservare da subito i posti nei percorsi preferiti.

LA COMUNICAZIONE E LE MODALITA' DI PARTECIPAZIONE

Mantenendo il namig, il logo e il colore utilizzati a partire dal 2008, sono stati prodotti i seguenti **materiali di promozione e comunicazione**:

- locandine
- manifesti formato 100x140 e 140x200 (con 3 turni completi di affissione)
- calendari generali dell'intera iniziativa (50.000 copie), con breve descrizione dei singoli itinerari e informazioni pratiche per il pubblico sulle modalità di prenotazione e partecipazione (di cui circa 7.000 stampati dal centro stampa della Regione Piemonte)
- flyer (40.000 copie, stampati dal centro stampa della Città di Torino)
- acquisto di due mezze pagine pubblicitarie a colori su "TorinoSette", inserto de La Stampa e una su CRAI TV estate

I calendari, realizzati ad ampia tiratura, sono stati distribuiti nei punti informativi e presso le 10 circoscrizioni della Città di Torino, ATL regionali, biblioteche civiche, biglietterie dei musei, alcuni CRAL aziendali, con lo scopo di raggiungere un pubblico più ampio possibile, anche nuovo, che fosse incuriosito ad acquisire informazioni sull'iniziativa.

I Piani di valorizzazione territoriale e i Sistemi urbani hanno ricevuto il materiale informativo da distribuire sui loro territori.

Il progetto è stato promosso anche tramite gli strumenti di comunicazione destinati agli abbonati ai musei di Torino e del Piemonte (due pagine pubblicitarie sulla rivista "Lettera dei Musei" di marzo e luglio più inserimento in alcune newsletter).

Le schede approfondite degli itinerari e delle associazioni di volontariato culturale sono state realizzate solo in versione digitale e rese disponibili on line sul sito **www.piemonteitalia.eu**

Il **profilo su facebook di Gran Tour**, aperto nel 2009, ha raggiunto quest'anno quasi 1.000 amici.

Le **sedi di iscrizione e pagamento** degli itinerari di "Gran Tour" sono state aumentate rispetto alle edizioni passate. La prenotazione, sempre obbligatoria, è stata resa possibile attraverso più canali:
numero verde 800.329.329

InfoPiemonte-Torinocultura, via Garibaldi 2 - Torino

Museo Diocesano di Susa

Museo Civico Casa Cavassa

IAT Informazioni Accoglienza Turistica di Asti

sito **www.piemonteitalia.eu**

Per facilitare coloro che non possono recarsi fisicamente presso uno dei punti abilitati per il pagamento della quota di partecipazione, è stata **introdotta la modalità di acquisto on line** (oltre alla possibilità di pagamento con bonifico bancario).

Quest'anno non è stato distribuito un questionario di osservazione del pubblico (come per il 2011) ma è stato svolto un monitoraggio sui percorsi, con la partecipazione ad alcuni itinerari, al fine di verificare la qualità dei servizi e l'organizzazione generale da parte dei soggetti coinvolti.