



## News

---

Torino, 2 febbraio 2017

### **Lufthansa Group a Torino: oltre 45 anni di proficua collaborazione al servizio della città e del territorio**

E' una lunga storia quella tra il Gruppo Lufthansa e Torino, una città in continua evoluzione che deve la sua crescita, in parte, anche al contributo del Gruppo tedesco.

Questi 46 anni (il primo collegamento infatti risale al 1 aprile 1971, con il volo Torino-Francoforte) hanno visto svilupparsi parallelamente Lufthansa - assieme alla consociata Air Dolomiti e a Brussels Airlines - e allo stesso tempo il traffico verso il Piemonte e conseguentemente la sua economia.

Con i suoi **65 voli settimanali da Torino verso Francoforte, Monaco e Bruxelles** e un traffico pari a **371.000 passeggeri trasportati nel 2016 da e per i rispettivi hub**, il Gruppo Lufthansa (a Torino presente con Air Dolomiti, Brussels Airlines e Lufthansa) ha facilitato l'integrazione della città di Torino e della regione in Europa e nel mondo ponendole al centro degli scenari economici mondiali; allo stesso tempo il Gruppo Lufthansa ha favorito, grazie al traffico incoming, lo sviluppo del turismo e la produzione di ricchezza locale.

Un recente studio commissionato dal Gruppo a Sociometrica, società di ricerca e consulenza strategica, ha analizzato l'influenza delle compagnie del Gruppo sulla capacità di produrre reddito nel capoluogo sabauda, impatto che deriva dalla spesa nella regione dei passeggeri trasportati.

#### **Nel caso del Gruppo Lufthansa abbiamo un valore di quasi 4.000 posti di lavoro equivalenti creati a Torino e in Piemonte dalla sua attività di trasporto.**

Moltiplicando, infatti, i giorni di permanenza media dei passeggeri in arrivo a Torino con la spesa media giornaliera, si genera una **spesa totale di 131 milioni di euro**. Da questo dato è poi possibile stimare il **numero di posti di lavoro equivalenti generati\*** (cioè l'ammontare di spesa alla cui domanda di beni e servizi corrisponde il lavoro medio di una persona), **che nel caso del Gruppo Lufthansa a Torino è di 3.700 unità**.

\* Da analisi svolte dal CER sull'economia italiana, si è calcolato che il costo medio per unità di lavoro nel settore dell'ospitalità è di 34mila su base annua

Se invece si pensa al traffico outgoing lo studio ha dimostrato come, per le grandi imprese torinesi, la presenza del network del Gruppo Lufthansa sia vitale: senza un sistema di trasporti aerei efficiente sarebbe molto difficile per un'impresa multinazionale sviluppare le proprie attività, mantenere i collegamenti con i molti stabilimenti distribuiti nel mondo, in una parola prender parte al grande processo di globalizzazione dell'economia mondiale.

In effetti, anche l'analisi delle principali destinazioni dei passeggeri del Gruppo Lufthansa in partenza da Torino conferma una generale coincidenza con la rete industriale di molte imprese piemontesi, **in particolare del settore automotive**: al primo posto, naturalmente, c'è la Germania, al secondo posto ci sono gli Stati Uniti, e al terzo la Polonia seguita dalla Cina. Se si osservano le destinazioni poi, le prime due in partenza da Torino sono Francoforte e Monaco, ma già al terzo posto c'è Cracovia, poi New York seguita da Shanghai e a seguire tre destinazioni americane, Los Angeles, Detroit e San Francisco. Al decimo posto c'è San Paolo del Brasile. **Anche in questa graduatoria diventa evidente il legame dei collegamenti con l'attività delle imprese torinesi e piemontesi.**

“La nostra presenza oggi a Torino dimostra il nostro impegno nei confronti del mercato italiano, paese in Europa dove serviamo il maggior numero di destinazioni – e nello specifico di Torino e del suo territorio. Oggi Lufthansa, insieme a Air Dolomiti e a Brussels Airlines, è il network carrier principale dello scalo piemontese, offrendo ai passeggeri ottimi collegamenti verso gli hub di Francoforte, Monaco e Bruxelles e, da lì, verso oltre 250 destinazioni del mondo - commenta **Steffen Weinstok**, Senior Director Sales Italy & Malta Lufthansa Group - Tra i nostri principali clienti nella regione ci sono circa 500 aziende, di differenti dimensioni e settori di appartenenza, tutte accomunate dalla necessità di raggiungere comodamente diverse zone del mondo. Chi viaggia per affari sceglie i nostri voli per il nostro vasto network e gli ottimi collegamenti ma anche perché siamo in grado di offrire orari comodi per i trasferimenti di lavoro in giornata - aggiunge – Inoltre, grazie alle nostre joint venture in Asia e Nord America, offriamo un grande numero di destinazioni e servizi integrati nei più importanti mercati intercontinentali del mondo, garantendo così ulteriori vantaggi per i passeggeri” conclude.

**Ma il Gruppo Lufthansa non è solo il vettore di riferimento per il traffico business: l'esteso network, infatti, offre numerose destinazioni turistiche nei paradisi tropicali più belli del mondo** facilmente raggiungibili da Torino, via Francoforte, a prezzi

interessanti: Panama, Cancun, Maldive, Nairobi, Mauritius sono solo alcuni esempi di come sia variegata l'offerta di voli del Gruppo.

3 / 3

“Siamo molto contenti della presenza del Gruppo Lufthansa presso il nostro scalo e del servizio eccezionale che Air Dolomiti, Brussels Airlines e Lufthansa svolgono nel collegare Torino con qualunque destinazione nel mondo attraverso gli hub serviti.

Ci auguriamo che la solida collaborazione con il Gruppo Lufthansa possa portare a sviluppare ulteriori destinazioni dirette in Germania, molto richieste dal tessuto imprenditoriale piemontese.

Pensiamo inoltre che, grazie ad una adeguata promozione del territorio in collaborazione con le istituzioni locali, sia possibile sviluppare il segmento di traffico incoming: passeggeri che da tutto il mondo possono comodamente raggiungere il nostro aeroporto per visitare Torino e il Piemonte” afferma Roberto Barbieri, Amministratore Delegato di SAGAT.

Il Gruppo Lufthansa è rinomato per la sua affidabilità e per il suo prodotto di qualità sia a terra che a bordo, risultando ideale per i passeggeri in viaggio per affari e per piacere. Lufthansa garantisce qualità di servizio in ogni classe di viaggio (First Class, Business Class, Premium Economy Class e Economy Class), con un ricco programma di Inflight Entertainment che prevede film in prima visione con un'ampia scelta in lingua italiana, canali radio internazionali e un'ampia offerta di programmi TV, oltre ad un vasto assortimento di cibi e bevande che rendono ancora più piacevole la permanenza a bordo. Inoltre, grazie a Flynet, la connessione Internet di Lufthansa sopra le nuvole, è possibile rimanere sempre collegati con i propri famigliari e amici anche in volo, non solo sulle tratte intercontinentali ma anche sui voli a corto e medio raggio (in graduale implementazione su tutta la flotta a corto e medio raggio)

Il settore è in continua evoluzione e il Gruppo Lufthansa vuole rispondere tempestivamente ai cambiamenti, con soluzioni e proposte in linea con le richieste del mercato. Ne sono un esempio la Nuova Eurowings, così come il programma di ricerca sulla sostenibilità ambientale implementato dal Gruppo. In questa direzione vanno anche gli ingenti investimenti di rinnovamento della flotta che hanno portato all'introduzione dell'A320neo e dell'A350-900, presentato oggi a Francoforte.

Ufficio Stampa Lufthansa  
Burson-Marsteller s.r.l.  
Lara Valenti  
Tel: 02.721431 - 3497668037  
[lara.valenti@bm.com](mailto:lara.valenti@bm.com)

Deutsche Lufthansa AG  
Group Communications Europe  
Boris Ogursky  
Tel. +49 69 696-30222  
[lhnews@dlh.de](mailto:lhnews@dlh.de) [www.lufthansagroup.com/media/](http://www.lufthansagroup.com/media/)