



VISITPIEMONTE

RELAZIONE semestrale

Gennaio | Giugno 2020



Sommario

PREMESSA 1

A) EMERGENZA COVID19 E RIORGANIZZAZIONE ATTIVITÀ DI VISITPIEMONTE TRA MARZO E GIUGNO 2020	1
B) #RIPARTITURISMO E LA PARTECIPAZIONE AL TAVOLO DI COORDINAMENTO REGIONALE	2

1. DIREZIONE TURISMO 4

I. ATTIVITA' ISTITUZIONALI 4

OSSERVATORI/BUSINESS INTELLIGENCE/PARTENARIATI 4

✓ OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE	4
✓ BIG DATA ANALYSIS 4 TOURISM	8
✓ #RIPARTITURISMO - TAVOLO DI COORDINAMENTO REGIONALE - MONITORAGGIO DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA TURISTICA.....	9
✓ SONDAGGIO SULLA PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DELLA POPOLAZIONE ITALIANA	10
✓ INDAGINE SUGLI OPERATORI DELLA FILIERA TURISTICA.....	12
✓ SENTIMENT ANALYSIS.....	14
✓ OSSERVATORIO LANGHE MONFERRATO ROERO	15
✓ OSSERVATORIO MOBILITA' TURISTICA.....	16

SVILUPPO DELL'OFFERTA & MARKETING TERRITORIALI 17

✓ VALORIZZAZIONE DEI PERCORSI SPIRITUALI	17
✓ MIPIM CANNES.....	18

LEVE DI PROMOZIONE 18

✓ FIERE E WORKSHOP.....	18
✓ DISCOVER ITALY	20
✓ ACCORDI DI CO-MARKETING.....	20
✓ AMBASSADOR FOR PIEMONTE	21
✓ MATERIALE PROMOZIONALE.....	21
✓ INIZIATIVE IN OCCASIONE DEL 50 ^A ANNIVERSARIO DELLA COSTITUZIONE DELLA REGIONI ITALIANE	22

COMUNICAZIONE 23

✓ VISITPIEMONTE.COM.....	23
✓ NUOVI STRUMENTI DIGITALI PER I VISITATORI	28
✓ SOCIAL MEDIA SYSTEM.....	28
✓ PATRIMONIO ICONOGRAFICO PIEMONTESE.....	29

COMPETENZE E TEAM BUILDING 30

✓ DIGITAL ACADEMY	30
✓ AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE PROGETTAZIONE EUROPEA	30

SEGRETERIA DI DIREZIONE 32

II. ATTIVITA' PROGETTUALI 37

✓ PIEMONTE BAROCCO	37
✓ PROGETTO SPEDIZIONI PER EVENTI FIERISTICI.....	42
✓ MICE : PROGETTO CONGRESSUALE REGIONALE	45

ALTRE ATTIVITA' PROGETTUALI 49

✓ TORINO DAI MILLE GUSTI CON ASCOM E TURISMO TORINO.....	49
✓ NOVARA E IL PIEMONTE ORIENTALE A BRUXELLES.....	49



2. DIREZIONE AGRICOLTURA..... 50

I. ATTIVITA' ISTITUZIONALI..... 50

- ✓ ANNO DEL CORTESE 50
- ✓ PROMOZIONE IN GDO..... 50

3. UNIONCAMERE PIEMONTE..... 51

- ✓ PROGETTO PIEMONTE OUTDOOR COMMISSION 51

4. PROGETTI EUROPEI 55

- ✓ 1. PITEM M.I.T.O. OUTDOOR..... 55
- ✓ 2. TVA – IL TRENINO VERDE DELLE ALPI 58

5. ATTIVITA' AGGIUNTIVE RISPETTO AL PIANO ATTIVITA' 61

SEZIONE OSSERVATORI..... 61

- ✓ TAVOLO DI MARKETING INTELLIGENCE – ENIT 61

SEZIONE MARKETING 61

- ✓ SEGRETERIA ORGANIZZATIVA RIPARTITURISMO 61
- ✓ TAVOLO DI COORDINAMENTO ENIT 62
- ✓ WEBINAR 62

SEZIONE COMUNICAZIONE 63

- ✓ CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE #RIPARTITURISMO..... 63

SEZIONE SICUREZZA E PREVENZIONE 65

- ✓ ATTIVITA' LEGATE ALLA RIAPERTURA DELLA SEDE DI VISITPIEMONTE 65

6.COMPLIANCE, PERSONALE, PROCESSI GESTIONALI E PROCUREMENT 66

- ✓ PREMessa 66
- ✓ REGOLAMENTO EUROPEO "GDPR" PROTEZIONE DATI PERSONALI 68
- ✓ PIANO TRIENNALE ANTICORRUZIONE TRASPARENZA..... 69
- ✓ MODELLO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE..... 69
- ✓ SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 69
- ✓ PERSONALE 72
- ✓ AMMINISTRAZIONE E SISTEMA GESTIONALE 72
- ✓ PROCUREMENT 73



PREMESSA

a) Emergenza COVID19 e riorganizzazione attività di VisitPiemonte tra marzo e giugno 2020

Se i primi due mesi del 2020 si sono svolti all'insegna della normalità, con la finalizzazione del programma "L'essenziale è Barocco" e relativa presentazione della campagna di comunicazione il 6 febbraio, oltre che la partecipazione a varie fiere di settore all'estero, a partire **a partire dal 10 marzo** la situazione di emergenza sanitaria che ha interessato il Piemonte – oltre che il resto del Paese ed il mondo – hanno reso necessario anche a VisitPiemonte di modificare la propria pianificazione e di **adottare modalità di smart-working scorso** in ossequio ai vari DCPM e ai Provvedimenti della Regione Piemonte. Il lavoro agile è stato adottato in modo di garantire il presidio, da parte di ciascuno dei team della Società - Amministrazione-Finanza-Personale, Comunicazione&Eventi, Marketing, Progettazione e Segreteria di Direzione, Osservatorio Turistico Regionale, MICE - di tutte le attività che si possono realizzare in collegamenti da remoto, così da essere pronti a ripartire non appena la situazione si fosse normalizzata.

In questo mutato scenario internazionale - e relative incertezze - connesso all'emergenza, si è provveduto anche **ad ottimizzare i costi della Società** con particolare riguardo a quelli del personale, attraverso:

- la **richiesta di esaurimento delle ferie pregresse**, maturate al 31/12 /2019;
- presentata la **richiesta di accesso alla Cassa Integrazione in deroga**, misura che sarà adottata per **tutto il personale** per il mese di maggio 2020 per 2 giorni/settimana (in fase di valutazione eventuali ulteriori settimane). Tale misura definita attraverso un piano a rotazione che garantirà il prosieguo di tutte le attività necessarie svolte dalla Società a supporto della Regione Piemonte, di Unioncamere e degli operatori del settore;
- la **sospensione temporaneamente dell'avvio della Convenzione con Turismo Torino e Provincia** (con il relativo distacco di 3 persone presso VisitPiemonte). La Convenzione consente, in particolare, a VisitPiemonte di far leva sull'expertise maturata da alcuni dipendenti di Turismo Torino al fine di sviluppare un'offerta congressuale integrata e più forte, su base regionale, secondo quanto previsto dalla legge 17/2018 che emenda il perimetro di attività della DMO regionale già previsto nella legge 14/2018. Il congelamento della Convenzione (peraltro già firmata) **è durato fino al 31/5**, momento in cui è apparso più chiaro il percorso di ripartenza turistica in Piemonte.

In termini di attività, durante il lockdown sono state realizzate le attività previste nel Piano 2020 già approvato dai Soci il 19 febbraio e che non comporti attività di promozione/contatti reali all'esterno, come illustrato meglio nei paragrafi successivi.

A ciò si aggiunge un **piano di formazione online rivolto ai dipendenti** e, in alcuni casi, **anche alle ATL**, articolato in:

- partecipazione ad alcuni **webinar nazionali** sull'evoluzione del turismo
- **Digital Academy** (solo dipendenti interni, già erogata lo scorso anno a tutte le ATL);
- **Modello organizzativo, gestionale e di controllo (ex D. Lgs 231/01) e in materia di Trasparenza e Anticorruzione ex D. Lgs.190/12** (anche per le ATL)
- **Data Protection e GDPR**
- **Progettazione europea** (anche per le ATL)

Inoltre, VisitPiemonte ha mantenuto i contatti con il proprio network su base:

- a) **internazionale**, attraverso scambio di considerazioni ed esperienze con referenti turistici in Danimarca, Austria/Germania e Francia;
- b) **nazionale**, con ENIT per essere aggiornati sugli strumenti di misurazione degli effetti dell'emergenza sul comparto turistico e sulle strategie di comunicazione italiana, quando si ripartirà;
- c) **locale, con le ATL** attraverso contatti telefonici, attività social con di cross-reference, realizzazione di webinar rivolti agli operatori turistici locali.



Nel frattempo, il Direttore Generale è intervenuto in una molteplicità di webinar e video-conferenze per raccontare le attività e le strategie del Piemonte in ambito turistico, spesso a confronto con i DG/CEO di altre DMO, ed alcuni interventi dedicati alle ATL. A titolo di esempio:

- Master in Turismo Culturale dell'UNITO
- Lezione di marketing e comunicazione territoriale durante la crisi (Master in Strategic Management - UNITO)
- piattaforma di confronto turistico del VCO
- webinar su emergenza Covid19 ed exit strategy (con altre DMO italiane) by Balzac
- webinar sul Piemonte dopo la crisi – Confindustria Biella; Unione Industriale Torino; Federalberghi Torino; ...
- webinar del Corriere della Sera (DMO del Nord Italia, Assessori al Turismo Sicilia e Campania, Sottosegretario al Turismo Bonaccorsi)
- webinar del Touring Club (insieme con Turismo Torino)

Inoltre, il DG ha partecipato al tavolo organizzato da Confindustria Piemonte per la stesura del "Position Paper sull'Industria del Turismo in Piemonte" e contribuito con il racconto delle riflessioni svolte durante il lockdown sui trend turistici e le conseguenti decisioni assunte insieme con l'Assessorato regionale.

b) #Ripartiturismo e la partecipazione al tavolo di coordinamento regionale

A partire dalla fine di aprile, con l'approssimarsi della riapertura, **VisitPiemonte ha intensificato le attività a sostegno della ripartenza turistica regionale**, da un lato, attraverso la partecipazione al Tavolo di coordinamento dell'Assessorato Turismo, Cultura e Commercio e, al suo interno, **con il coordinamento di due gruppi di lavoro: monitoraggio e misurazione domanda/offerta; e quello marketing & comunicazione territoriale** (come meglio esposto nel prosieguo della presente Relazione). Dall'altro, attraverso **l'accelerazione del progetto Piemonte Outdoor Commission**, con la trasformazione del sito regionale pre-esistente Piemontebike nella nuova piattaforma Piemontescape (con relativa campagna di comunicazione social) nella convinzione che il segmento del turismo attivo e dell'outdoor rappresentino un'importante leva di ripartenza per gli operatori piemontesi.

I mesi di maggio e giugno sono stati dedicati al **complesso piano di comunicazione #Ripartiturismo**, che ha visto un percorso partecipativo (in raccordo con la Direzione regionale Turismo e la presenza di ATL, Unioncamere, Consorzi turistici e Associazioni di categoria) per condividere scelte strategiche, modalità narrative e risultati della gara creativa della **campagna di advertising**. Molto complessa, e time-consuming, anche la negoziazione con Concessionarie e le testate editoriali/circuiti digital per la definizione di tutta la pianificazione mezzi (stampa, radio, tv, digital, affissioni).

In termini di visibilità, il rapporto con i visitatori e i residenti – è sempre stato **mantenuto attraverso le newsletter** (rivolte a entrambi i pubblici turistici: segmento *leisure* e segmento MICE) oltre che attraverso **le #Piemontestories** sui canali social della Società.

Sul fronte monitoraggio e analisi, l'Osservatorio Turistico Regionale, che opera all'interno di VisitPiemonte, oltre a **completare il difficile passaggio dalla vecchia alla nuova piattaforma ROSS 1000** ha arricchito il cruscotto disponibile per la società e la Regione attraverso analisi quali-quantitative tramite *big data*, *sentiment analysis* e sondaggi che aprono nuove prospettive nella comprensione dei trend turistici, del posizionamento della destinazione e, quindi, delle scelte strategiche da assumere per meglio valorizzare il Piemonte.

Sul fronte **marketing**, si è lavorato, tra le altre attività, fornendo supporto alle ATL nei vari **workshop organizzati da ENIT**, sostenendo le **attività di ridisegno dell'offerta piemontese nel tavolo di coordinamento regionale**, e sviluppando il **piano di promozione del Cortese con la Direzione Agricoltura**.

In termini di **MICE**, è stato istituito un tavolo di confronto per il settore congressuale regionale, coordinato da VisitPiemonte. Al primo incontro del 18 giugno svoltosi alla presenza dell'Assessore al Turismo della Regione Piemonte, hanno partecipato i rappresentanti delle istituzioni, le associazioni di categoria e i principali operatori congressuali piemontesi.



Il tutto, con un **significativo investimento in formazione** rivolto sia all'interno (staff VisitPiemonte) sia all'esterno (ATL) per sfruttare il momento di lockdown al fine di rafforzare le competenze specialistiche utili in ambito turistico e creare una cultura diffusa su Digital, Progettazione Europea, Compliance e Data Protection.

In ambito **compliance, la sicurezza dei lavoratori** è stata centrale nelle valutazioni della Società, tanto al momento di decidere la chiusura, tanto nella fase di ripartenza, con alcuni incontri di formazione via web, l'adozione tutti i dispositivi di protezione, offrendo ai dipendenti - in termini volontaristici e anonimi - la possibilità di fare il test sierologici per il Covid-19 adottando tutte le procedure e le accortezze utili a garantire un rientro sicuro dei lavoratori in sede, e in linea con le norme vigenti in materia di emergenza sanitaria. Sempre in ambito compliance, sono state avviate numerose attività per migliorare l'applicazione della privacy e per garantire che il trattamento dei dati personali avvenga nel rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali, della dignità delle persone con particolare attenzione alla riservatezza ed all'identità personale (GDPR Europeo). Inoltre, il 21 aprile 2020 l'**Amministratore Unico, avv. Mariagrazia Pellerino, ha nominato Responsabile della Prevenzione della Corruzione e Trasparenza, la dott.ssa Silvia Molinaro**, responsabile area progettazione e segreteria di direzione in seguito alle dimissioni del precedente RPCT e, in particolare, si è stato predisposto il Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza per il triennio 2020-2022.

Da un punto di vista **Amministrativo** durante il primo semestre del 2020 si è proceduto con il **perfezionamento del processo decisionale di business intelligence**, in attuazione alla normativa del D. Lgs. 175/2016 e s.m.i. sia per ciò che riguarda il tema di prevenzione dei rischi aziendali da parte della società e sia in attuazione del controllo analogo da parte della Regione Piemonte. In particolare, **le migliorie hanno riguardato il processo degli acquisti**, alla piattaforma di **gestione del personale** e al **database dei fornitori**, utile per la costituzione di un Albo Fornitori.

Nel prosieguo vengono descritte in maggior dettaglio le attività realizzate.



1. DIREZIONE TURISMO

I. ATTIVITA' ISTITUZIONALI

OSSERVATORI/BUSINESS INTELLIGENCE/PARTENARIATI

OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE

È la struttura che sviluppa le analisi e il monitoraggio della domanda turistica e dell'offerta ricettiva basandosi sulle statistiche ufficiali del numero di visitatori che arrivano sul territorio ("arrivi"), distinto per Paese di origine, con l'indicazione del numero di pernottamenti effettuato ("presenze"). L'osservatorio è il **referente regionale** per i dati e le statistiche piemontesi che confluiscono nel sistema nazionale ISTAT.

Ricordando che a partire dal 1° aprile 2019 è stata adottata una **nuova piattaforma** denominato "**Piemonte Dati Turismo**" per l'**acquisizione dei dati dei flussi turistici** aderendo all'iniziativa nazionale che ha messo a disposizione lo strumento ROSS 1000, opportunamente personalizzato per il Piemonte, il primo semestre del 2020 è stato volto a

- elaborare il **monitoraggio dei dati raccolti dei movimenti turistici** per il **consuntivo 2019**; in particolare:
 - ✓ elaborazione della sintesi di **aggiornamento DB settimanale** e a richiesta;
 - ✓ **condivisione con i referenti provinciali**;
 - ✓ attività di recupero dati delle strutture ricettive inadempienti all'invio dei dati statistici dei movimenti (ISTAT);
- sviluppare l'**analisi dati anomali e controllo qualità dei dati raccolti dei movimenti turistici** per il **consuntivo 2019**; in particolare:
 - ✓ elaborazione dei report di controllo, condivisione con i referenti provinciali, realizzazione interventi di trattamento dati;
 - ✓ attività di confronto con ISTAT a livello centrale per il controllo dei dati a livello comunale.
- garantire il **supporto continuo verso i referenti provinciali / ATL** per l'**utilizzo avanzato** delle funzionalità della piattaforma **Piemonte Dati Turismo** anche in relazione alla chiusura del primo consuntivo con l'impiego della nuova piattaforma (dati dell'anno 2019).

Il nuovo servizio Piemonte Dati Turismo – Locazioni Turistiche presenta a fine giugno 2020 l'accesso di quasi 6.000 utenti / strutture ricettive che hanno inviato almeno un movimento turistico.

Per supportare le strutture ricettive, i locatori o locatori mandatarî all'utilizzo della nuova piattaforma, l'Osservatorio ha attivato al proprio interno un **Help Desk** per le strutture ricettive, con assistenza mail e via telefono. Nel corso del I semestre 2020, il **supporto** offerto ha riguardato **1.175 strutture via telefono** e la gestione di oltre **3.212 e-mail in ingresso**, a cui hanno fatto seguito **2.245 e-mail inviate in risposta**.

Con particolare riferimento al **periodo di lockdown dell'emergenza sanitaria** del primo semestre 2020, sono state **svolte attività aggiuntive straordinarie** per supportare il sistema della ricettività in concertazione con gli uffici dell'Assessorato e della Direzione Turismo, quali:

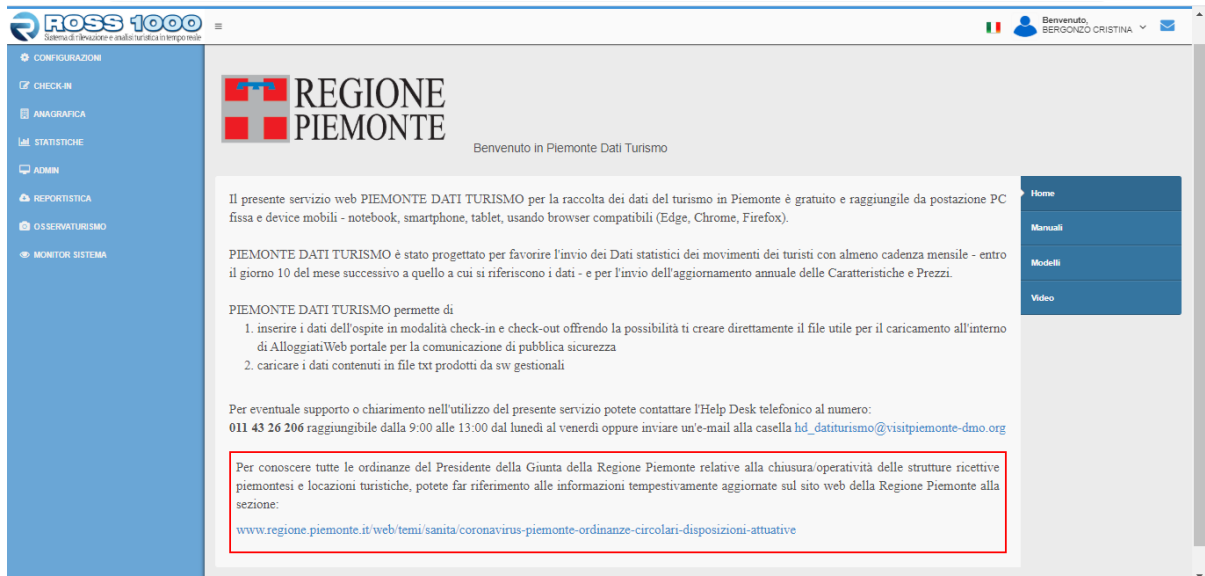
- **coordinamento e gestione della comunicazione verso il sistema ricettivo** per quanto riguarda gli aggiornamenti dell'apertura delle strutture stessi, nonché dei chiarimenti inerenti i provvedimenti nazionali riguardanti il settore ricettivo nell'ambito delle misure di contenimento dell'epidemia (DPCM e del Presidente Cirio), attraverso un confronto costante e propositivo con il Direttore del Turismo della Regione Piemonte e i funzionari referenti del Settore Offerta Turistica:



- ✓ **stesura** bozze di **comunicazioni**, revisioni e note definitive;
- ✓ **invio** ai referenti della **Città Metropolitana di Torino / Provincie e delle ATL**;
- ✓ **invio** ai referenti regionali delle principali **associazioni di categoria**;
- ✓ **stesura** della **notizia** all'interno dell'edizione straordinaria della **newsletter di VisitPiemonte Dmo** e del **sito web della società**.

➤ gestione della **piattaforma Piemonte Dati Turismo – Locazioni turistiche** in relazione alle indicazioni di cui sopra; in particolare:

- ✓ **aggiornamento delle configurazioni** necessarie per l'accesso alle modifiche / comunicazione degli operatori delle strutture ricettive in merito ai periodi di apertura: **avvio raccolta il 16 marzo u.s. con termine previsto per il 3 aprile p.v.**;
- ✓ **coordinamento** della configurazione con il **fornitore di assistenza tecnica**.





Inoltre, in relazione alle **attività di migioria della piattaforma previste nel piano annuale della attività**, è stata **avviata l'analisi funzionale** degli **interventi tecnici evolutivi** della piattaforma **Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000)** in collaborazione con il fornitore GIES (es. modifica della comunicazione delle Locazioni Turistiche – Allegato H, creazione scheda anagrafica Strutture ricettive innovative, etc...).

GIES TURISMO e statistica **REGIONE PIEMONTE**

MODELLO INFORMATIVO PER LOCAZIONE TURISTICA, art.14, comma 2
regolamento di attuazione alla l.r 13/2017

Al Comune di

SEZIONE I - Dati del locatore

Il/la sottoscritto/a

Se hai già inviato una comunicazione di locazione turistica (avvio, variazione, sospensione, cessazione) è sufficiente inserire il tuo Codice Fiscale per ricaricare i dati precedentemente inseriti.

Codice fiscale / Partita iva [?]

RICARICA DATI

Cognome Nome

Comune di nascita (o Stato estero) Data di nascita (gg/mm/aaaa)

Parallelamente è stata avviata la progettazione del **nuovo reporting istituzionale** sviluppato da **CSI Piemonte** all'interno del **DataWarehouse** di Sistema Piemonte (definizione dei parametri di controllo di dati nell'ambito del nuovo flusso da Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000) che ha visto anche la revisione della configurazione **segmentazione territoriale di interesse**; inserimento **nuovi segmenti di analisi** – es. **locazioni turistiche**, etc... e aggiornato i perimetri territoriali delle ATL che hanno visto accorpamenti gestionali.

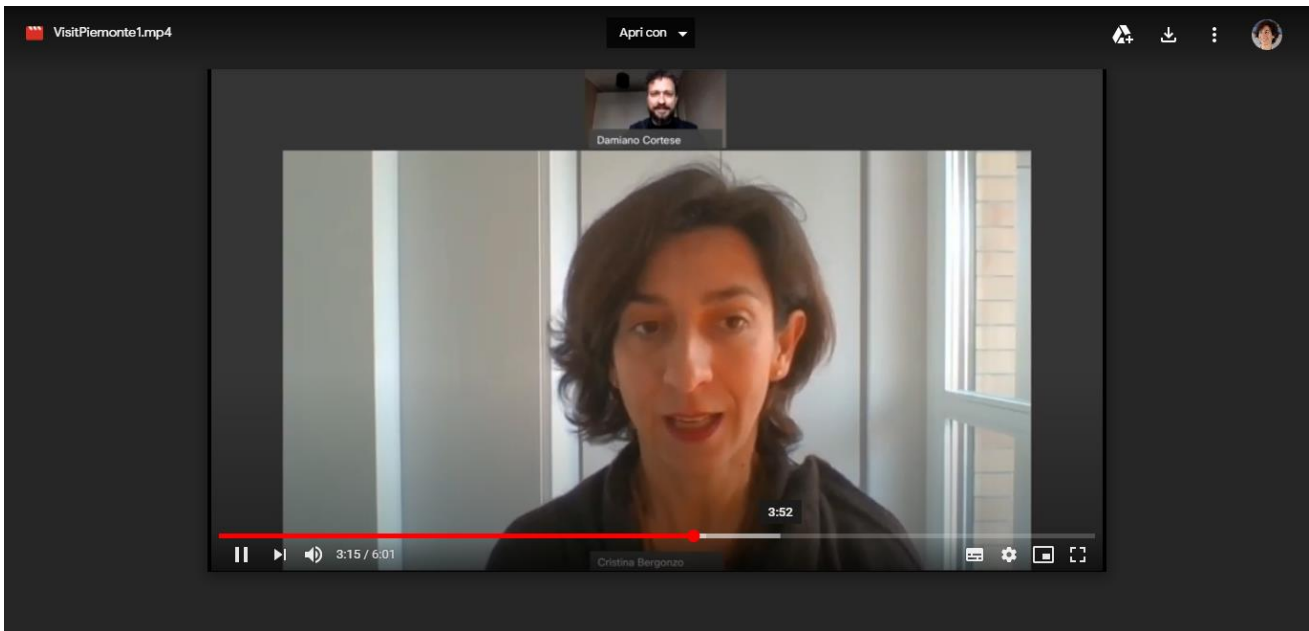
Titolo	Tipo	Ultima esecuzione	Istanze	Descrizione	Creato il
ARPA	Cartella				25-giu-2020 16.32
INADEMPIENTI	Cartella				25-giu-2020 16.32
RAPPORTO ANNUALE PER COMUNE	Cartella				25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_ATL	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_ComuneTO	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_exATL_TUTO	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_PV	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_sci	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Agg_flussi_sci_2	Web Intelligence		0	Report di aggiornamento - popo	25-giu-2020 16.32
Giornate letto disponibili_v6	Web Intelligence		0		25-giu-2020 16.32
Giornate letto disponibili_v8 (dettaglio Comune)	Web Intelligence		0		25-giu-2020 16.32

Totale: 11 elementi

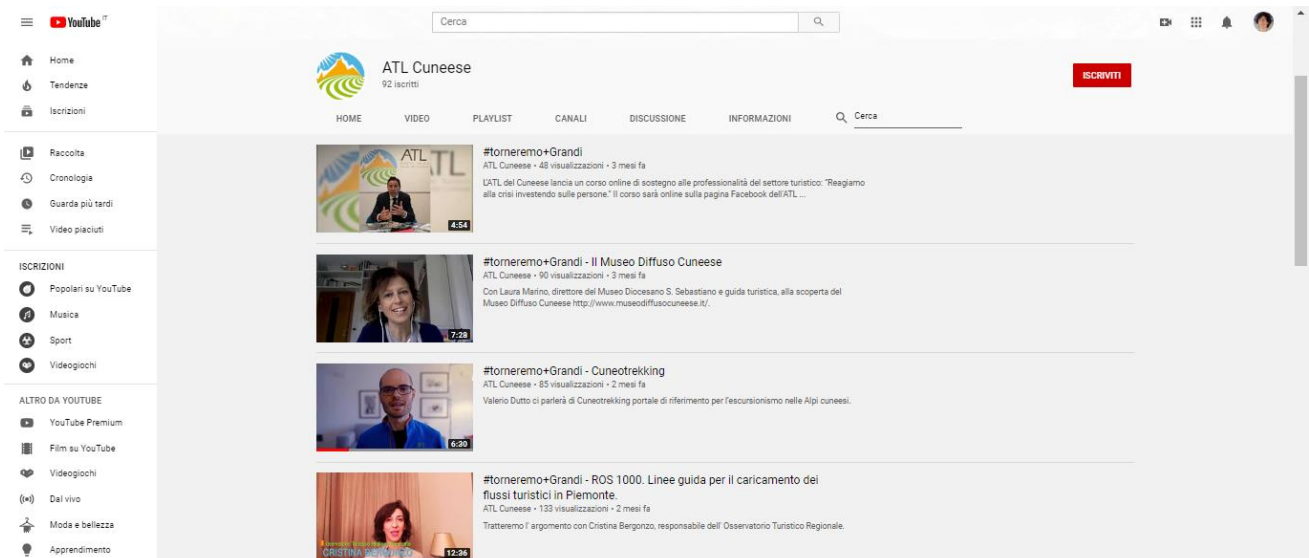


In tutto il periodo è stata assicurata l'attività di **elaborazioni dati a fronte di richieste specifiche per studi e analisi da parte dei vari soggetti**. Le elaborazioni sviluppate sono state inerenti i dati di offerta e domanda storici presenti sulle nostre banche dati consolidati (studenti, enti, soggetti privati): **54 sessioni di elaborazione** ed invio dei dati ai richiedenti.

Inoltre, è stata confermata l'attività di **divulgazione**, anche se in **versione streaming**; in particolare è stato confermato e realizzato l'intervento per raccontare **"i numeri del turismo"** e **"la strategia regionale di sviluppo e programmazione"** presso il corso in **Scienze del Turismo del Dipartimento di Lingue e Letterature straniere e Culture Moderne presso l'Università di Torino**.



Inoltre è in progettazione l'intervento di **video pillole** nell'ambito del **programma di relazione – formazione territoriale dell'ATL di Cuneo** rivolto principalmente agli operatori del territorio di riferimento che è stato divulgato sui canali social (Facebook principalmente) e all'interno del modulo di **offerta di e-learning** (canale YouTube): pubblicazione l'8 maggio 2020 e disponibile all'indirizzo <https://www.youtube.com/watch?v=Paaxgm2XYnA&t=10s>.





BIG DATA ANALYSIS 4 TOURISM

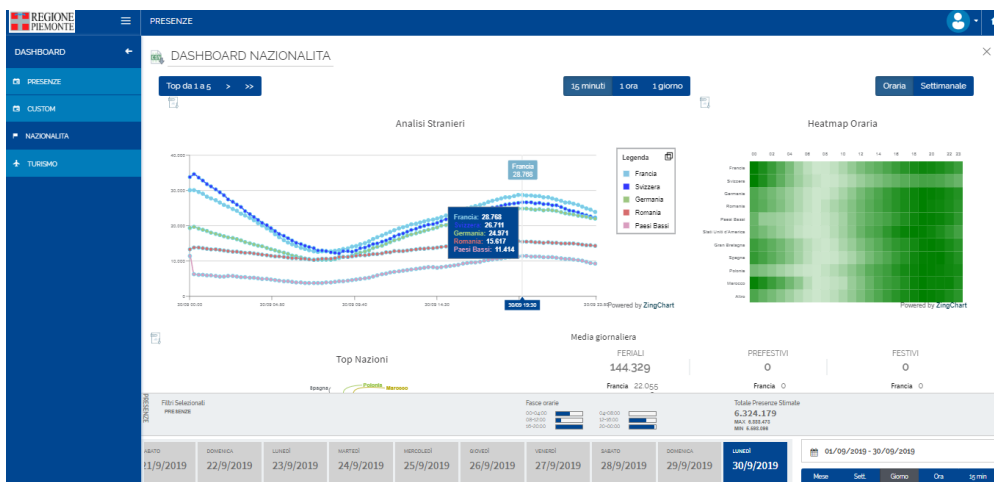
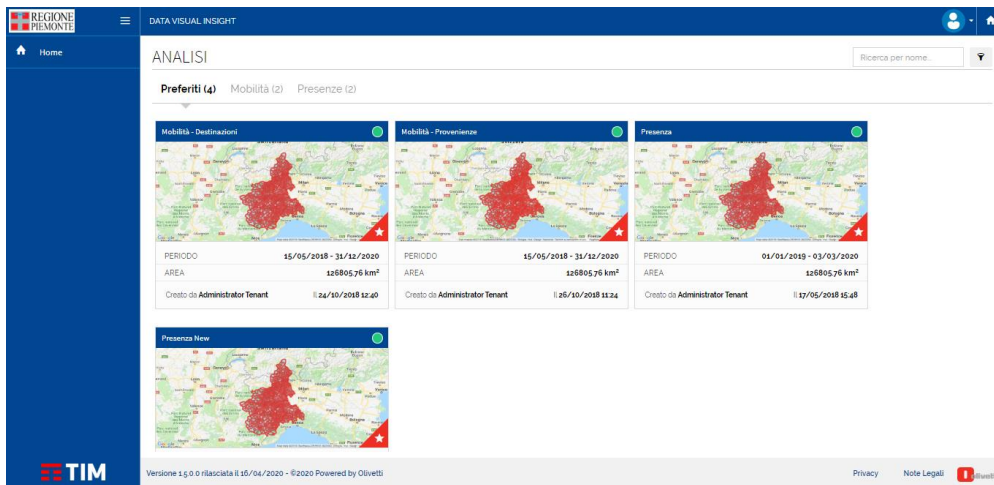
A completamento ed integrazione delle informazioni che si possono rielaborare attraverso gli indicatori ottenibili dai dati raccolti nell'indagine dei "Movimenti dei clienti nelle strutture ricettive", l'Osservatorio Turistico Regionale ha acquisito uno strumento che permette di valutare la "pressione turistica" sul territorio ad integrazione delle informazioni già disponibili, attraverso un accordo con 5T – società partecipata di Regione Piemonte - circa l'upgrade del servizio **Data Visual Insight e Mobilità di TIM** (componente base e propedeutica) con la componente **Smart Tourism**.

Lo strumento si inserisce nell'**ecosistema digitale** già sviluppato per ottimizzare i costi di acquisizione dei servizi, integrare competenze ed esperienza già acquisita relativamente al servizio di elaborazione dati da parte di 5Te disporre di una **dashboard strategica** anche per lo sviluppo del Tavolo di lavoro dell'Osservatorio di Mobilità Turistica.

Nel mese di dicembre 2019 era stata formalizzata la collaborazione fra VisitPiemonte DMO – Osservatorio e 5T attraverso una convenzione volta a mettere a disposizione lo strumento Smart Tourism con una prima elaborazione di dati relativi all'analisi di mobilità focalizzata su Alba (CN) nel periodo della Fiera del Tartufo Bianco d'Alba -ottobre e novembre 2019 con un confronto con l'anno precedente.

Nel mese di marzo 2020 il servizio è stato reso disponibile da Olivetti – TIM completo della componente Smart Tourism presso la server farm di 5T e il 7 aprile 2020 si è svolta la sessione di tutoraggio per l'avvio all'utilizzo della dashboard con il supporto dei tecnici Olivetti TIM. Nel periodo aprile -maggio si sono realizzate le prove di collaudo per la componente di dati quantitativi con la collaborazione degli analisti di 5T. Le prove hanno dato esito positivo per quanto riguarda le funzionalità e le indicazioni di risultato sul caso studio (verbale di collaudo approvato in data 25 maggio 2020).

Ad ora il servizio web **Data Visual Insight e Mobilità di TIM** presenta dashboard di analisi relative alla mobilità (destinazioni e provenienze), alla presenza sul territorio e alla presenza dei turisti e visitatori (Smart Tourism).





Per quanto riguarda l'analisi dei movimenti dei visitatori è possibile elaborazione indicatori relativi alla presenza sul territorio regionale per mercato estero di provenienza e per classe di viaggiatori con indicazioni di profilazione dell'utente (sesso, fascia di età, residenza).

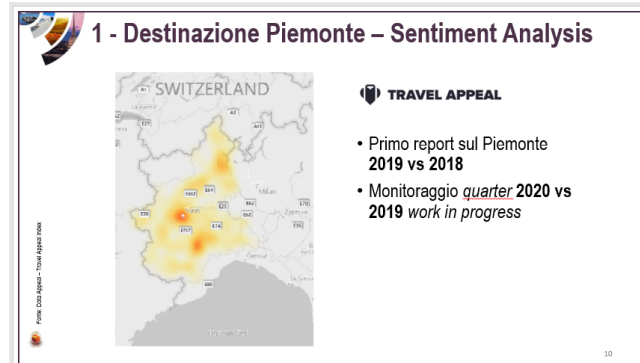
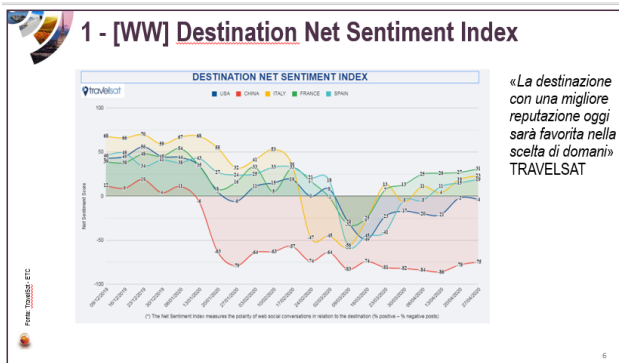
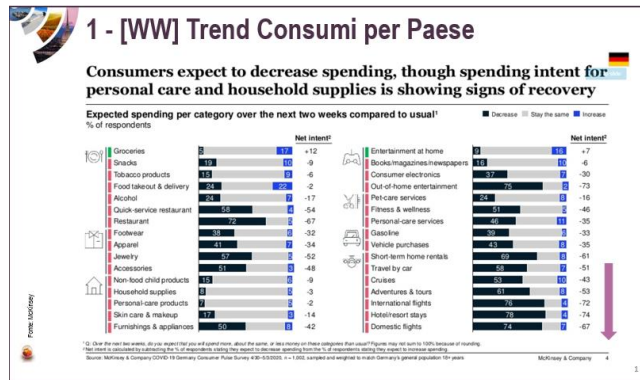
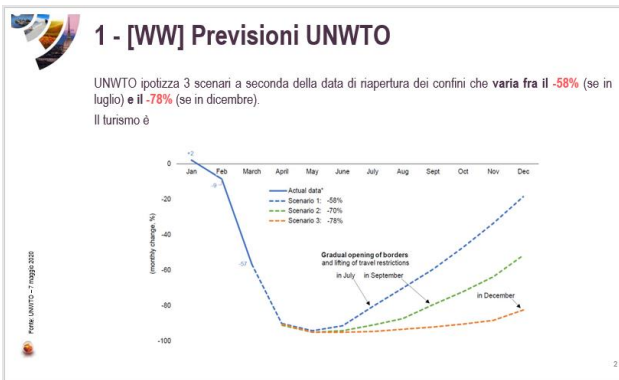
Nella prima fase di valutazione lo strumento è utilizzato nell'ambito dell'attività di studio dell'Osservatorio Langhe Monferrato.

#RIPARTITURISMO - TAVOLO DI COORDINAMENTO REGIONALE - MONITORAGGIO DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA TURISTICA

A fronte dell'emergenza sanitaria sviluppata a partire da fine febbraio 2020 l'Osservatorio Turistico Regionale di VisitPiemonte DMO è stata chiamata dalla Direzione Turismo della Regione Piemonte a contribuire fattivamente alla programmazione strategica - operativa della Regione Piemonte per il sostegno e rilancio del settore turistico post emergenza Covid-19.

In particolare, è stata coinvolta nelle seguenti attività necessarie per la definizione del programma #Ripartiturismo:

- partecipazione al **Tavolo di coordinamento regionale #Ripartiturismo**;
- **coordinamento** del Gruppo di Lavoro 2 del Tavolo di coordinamento regionale **#Ripartiturismo - Monitoraggio dell'offerta e della Domanda Turistica**;
- **supporto** la Direzione Turismo per **l'elaborazione del riparto dei fondi relativi al BONUS Turismo** e collaborazione per la definizione del processo di erogazione;
- Nell'ambito del coordinamento del Gruppo di Lavoro Monitoraggio dell'offerta e della Domanda Turistica del Tavolo di coordinamento regionale #Ripartiturismo, l'Osservatorio ha coordinato due incontri specifici:
 - ✓ incontro del **6 maggio 2020** in cui è stata condivisa l'impostazione del gruppo di lavoro;
 - ✓ incontro del **14 maggio 2020** in cui sono stati illustrati gli elementi principali dell'**analisi di scenario**





e i **primi risultati dell'attività di Sentiment Analysis** – di cui sopra – unitamente all'**impostazione delle analisi specifiche** proposte per supportare il processo decisionale volto alla ripartenza del settore, quali:

- **sondaggio** di propensione all'acquisto di un viaggio della popolazione italiana;
- **indagine sugli operatori** *opinion leader*, associazioni di categoria e consorzi.

(i cui dettagli di attività sono illustrati nel seguito)

2. Monitoraggio domanda e offerta (segue)

Destinazione Piemonte – **Sondaggio sulla propensione a fare vacanza in Piemonte**

Dimensioni di indagine

- > Propensione a viaggiare in Italia nei prossimi 2 / 3 mesi
- > Elementi di sicurezza per scelta della località
- > Compagni di viaggio (coppia, famiglia, amici, etc...)
- > Periodo e durata del viaggio
- > Motivazioni principali di scelta della destinazione
- > Tipologia di destinazione
- > Budget disponibile per il viaggio (pro-capite)
- > Propensione a fare vacanza in Piemonte nei prossimi 2 / 3 mesi

Indagine sugli operatori [monitoraggio dell'offerta]

Realizzata sui territori dove non era ancora disponibile un progetto d'**indagine dell'offerta per monitorare la filiera** (ricettività, ristorazione, guide, etc...) interpellando le associazioni di categoria, consorzi e *opinion leader* rappresentativi.

Obiettivi: rilevare

- l'atteggiamento rispetto al fermo forzato del settore (visione pessimista – visione ottimista)
- il grado di preparazione alla riapertura
- quali siano le principali criticità per riaprire
- quali opportunità potrebbero nascere

Strumento: questionario unico on-line (Google Forms)

Periodo dell'indagine: 20 maggio – 3 giugno

Tutto il materiale redatto dall'Osservatorio Turistico Regionale e condiviso con i partecipanti al Gruppo di Lavoro, è stato inviato a tutti i partecipanti al tavolo di lavoro.

SONDAGGIO SULLA PROPENSIONE ALL'ACQUISTO DELLA POPOLAZIONE ITALIANA

Nel mese di **maggio 2020**, a fronte

- dell'emergenza sanitaria che ha fortemente colpito il settore turistico in Italia e in Piemonte,
- delle attività del Tavolo di coordinamento regionale #RipartiTurismo volto alla riprogrammazione delle attività di promo-comunicazione e di riorganizzazione dell'offerta turistica regionale,
- della forte variabilità di scenari vincolati alle regole per la mobilità, per la convivenza sociale e per la fruizione dei servizi al pubblico,

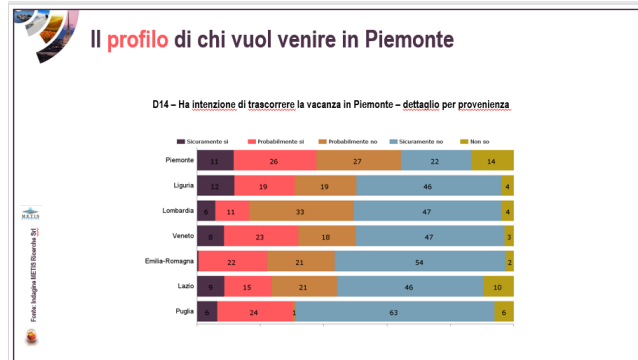
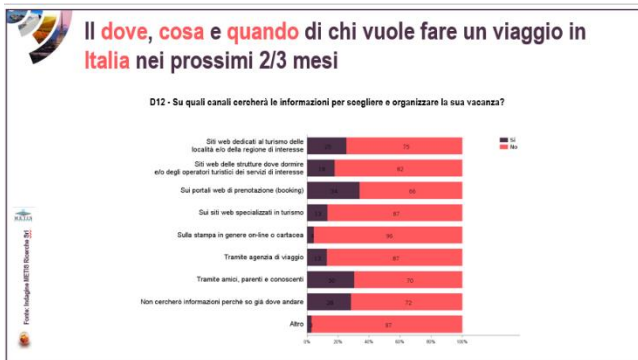
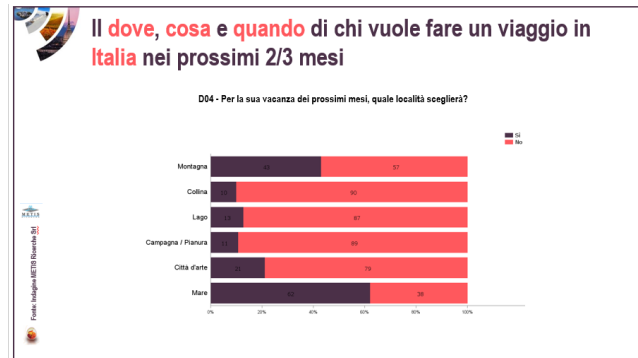
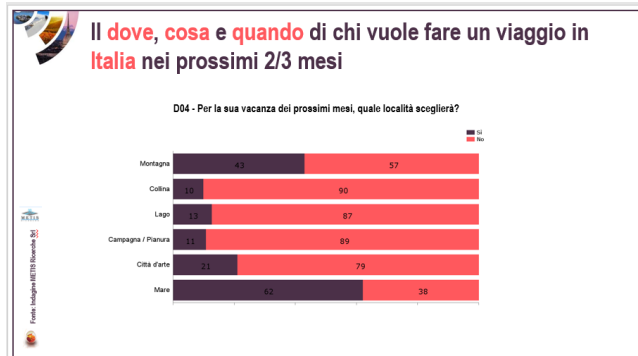
l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha promosso un **sondaggio sulla popolazione italiana circa la propensione al viaggio e alla fruizione di un soggiorno in Piemonte nel prossimo periodo**.

A seguito dell'individuazione di un partner tecnico specializzato nelle ricerche di mercato, è stato definito

- il **perimetro di analisi** [popolazione italiana maggiorenne]
- il **piano di campionamento** [campione rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne con una maggiore rappresentatività della popolazione delle regioni di più alta provenienza turistica per il Piemonte: (mercato interno), Lombardia, Liguria, Veneto, Lazio e Emilia – Romagna]
- lo **strumento di rilevazione** [questionario ad uso intervistatore in modalità CATI + (integrazione CAWI)]
- il **numero interviste** [almeno 400]
- la **ripetibilità del sondaggio** [due wave (fine maggio e in un periodo seguente)]
- le **dimensioni di analisi** per la costruzione del questionario d'indagine, quali:
 - ✓ conoscenza pregressa del Piemonte come meta turistica
 - ✓ propensione a viaggiare in Italia nei prossimi 2 / 3 mesi
 - ✓ individuazione requisiti necessari per decidere di acquistare un viaggio nei prossimi 2/3 mesi (protocolli di sicurezza, protocolli per la tutela della salute adottati dalla destinazione, protocolli adottati dagli operatori turistici della filiera, disponibilità di tempo e risorse economiche, etc...)
 - ✓ periodo specifico di acquisto del viaggio nei prossimi 2 / 3 mesi (giugno, luglio, agosto, fine estate)
 - ✓ compagni di viaggio (coppia, famiglia, amici, etc...)
 - ✓ durata del viaggio
 - ✓ budget disponibile per il viaggio (pro-capite)



- ✓ motivazione principale di scelta della destinazione del viaggio: (es. attività outdoor e natura, trekking, escursionismo, bike, mountain bike, cultura, enogastronomia, paesaggio, lago, eventi (fiere), convegni e meeting, altro)
- ✓ valutazione del Piemonte come destinazione di viaggio nei prossimi 2 / 3 mesi
- ✓ valutazione di altre destinazioni italiane competitor per l'acquisto di un viaggio nei prossimi 2 / 3 mesi
- realizzate le interviste nel periodo fine maggio – inizio giugno
- elaborati i dati raccolti
- redatto il report d'indagine.



L'elaborazione dei risultati ha permesso di evidenziare gli **elementi prioritari su cui focalizzare le successive azioni** di impostazione e pianificazione della campagna di promo-comunicazione del programma #RipartiTurismo attraverso la valutazione degli indicatori emersi circa i prodotti, le destinazioni, i periodi di propensione all'acquisto contenuti della sintesi dei **Marketing Insights**.



Marketing Insights (1/2)

- L'intenzione di fare vacanza fra gli italiani sta crescendo → **ci sono delle opportunità**
- La vacanza estiva per gli italiani anche, in questo anno «turistico» anomalo, sarà all'insegna della vacanza di mare. Al secondo posto la **montagna e città d'arte** → per queste due tipologie di destinazione **il Piemonte ha molto «da raccontare»**
- Per coloro che dichiarano di voler fare una vacanza, i numeri del sondaggio evidenziano al primo posto la **motivazione di vacanza attiva e outdoor** → ampi spazi per le **attività promozionali che puntino sulla natura con le attività outdoor**
- Coloro che dichiarano di voler fare una vacanza in Piemonte, individuano su **Torino e il territorio della Città Metropolitana e Langhe, Monferrato, Roero** → **la cultura** è indubbiamente un forte richiamo, ha forti competitors, ma su cui si può intervenire **per guidare soprattutto gli indecisi**.

Marketing Insights (2/2)

- I **bacini di turisti regionali italiani principali** su cui puntare sono le provenienze principali dei flussi turistici statistici → **Piemonte** (turismo interno), **Liguria e Lombardia** in *pole position* per chi vuole visitare la nostra regione
- Dai numeri del sondaggio emergono altri **target potenziali** molto interessanti → **Veneto e Lazio** che sono arrivati meno ma che dicono di voler venire di più, valutare azioni specifici sui **giovani** che sono venuti di più, ma non vengono nei mesi voluti. Non dimenticare i **senior** che dicono di voler venire anche se in proporzione sono venuti meno. Porre l'attenzione verso i cluster con **titolo di studio più alto** che già arrivano in Piemonte ma non vogliono venire d'estate (N.B.: attenzione alla forte concorrenza del prodotto «mare»)

Il report finale è stato condiviso con il Gruppo di Lavoro del Tavolo di coordinamento regionale #Ripartiturismo - Monitoraggio dell'offerta e della Domanda Turistica, inoltrato agli stakeholder del sistema turistico regionale nonché diffuso al pubblico attraverso Newsletter e sito corporate <https://www.visitpiemonte-dmo.org/1-italiano-su-4-intende-visitare-il-piemonte-in-estate/> il 18 giugno 2020.

INDAGINE SUGLI OPERATORI DELLA FILIERA TURISTICA

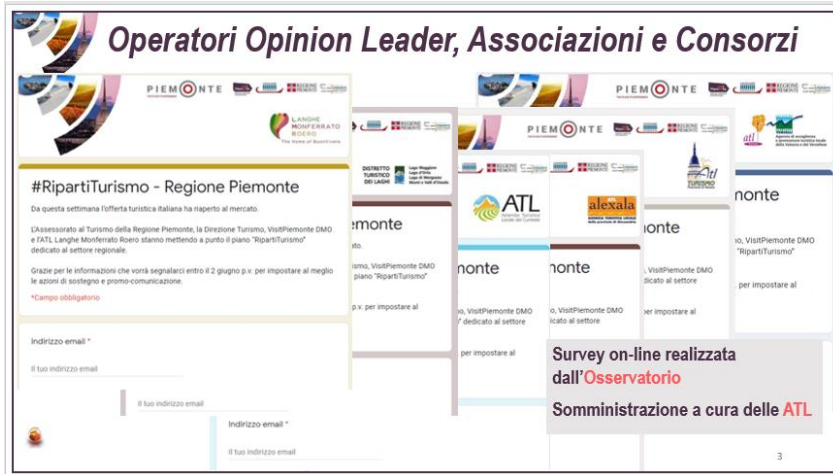
Nel **mese di maggio 2020**, a fronte

- dell'emergenza sanitaria che ha fortemente colpito il settore turistico in Italia e in Piemonte,
- delle attività del Tavolo di coordinamento regionale #RipartiTurismo volto alla riprogrammazione delle attività di promo-comunicazione e di riorganizzazione dell'offerta turistica regionale,
- della forte variabilità di scenari vincolati alle regole per la mobilità, per la convivenza sociale e per la fruizione dei servizi al pubblico e dell'imposizione della chiusura delle strutture ricettive (in Piemonte sia alberghiere che extra-alberghiere),
- delle iniziative sviluppate a livello locale a fine aprile - inizio maggio circa la realizzazione di indagini sugli operatori del territorio di competenza - in particolare Turismo Torino e Provincia, Langhe Monferrato e Roero e Alexala, emerse durante il primo incontro del Gruppo di Lavoro del Tavolo di coordinamento regionale #Ripartiturismo - Monitoraggio dell'offerta e della Domanda Turistica,

Turismo Torino e Provincia	Langhe Monferrato Roero	Alexala
<ul style="list-style-type: none"> • Indagine di filiera • Indagine specifica (COVID-19) • Posizione degli operatori rispetto alla domanda in questo periodo • Prospettive post emergenza 	<ul style="list-style-type: none"> • Indagine (intermediata) sulla domanda rivolta a TO e strutture ricettive • Indagine specifica (COVID-19) 	<ul style="list-style-type: none"> • Indagine di filiera • Prospettive di sviluppo prodotto • Adattamento in corso per riflessioni post emergenza

l'Osservatorio Turistico Regionale ha proposto di attivare un'**indagine sugli operatori della filiera turistica** (ricettività, ristorazione, guide, etc...) interpellando le associazioni di categoria, consorzi e opinion leader rappresentativi, con l'obiettivo di rilevare attraverso un questionario unico on-line (Google Forms):

- l'atteggiamento rispetto al fermo forzato del settore (visione pessimista – visione ottimista)
- il grado di preparazione alla riapertura
- quali siano le principali criticità per riaprire
- quali opportunità potrebbero nascere.



Il **questionario** predisposto dall'Osservatorio Turistico Regionale preventivamente condiviso con le ATL nei quesiti, è stato **reso disponibile in modo personalizzato per ogni territorio (ATL) in doppia versione** – operatori e associazioni di categoria / consorzi turistici.

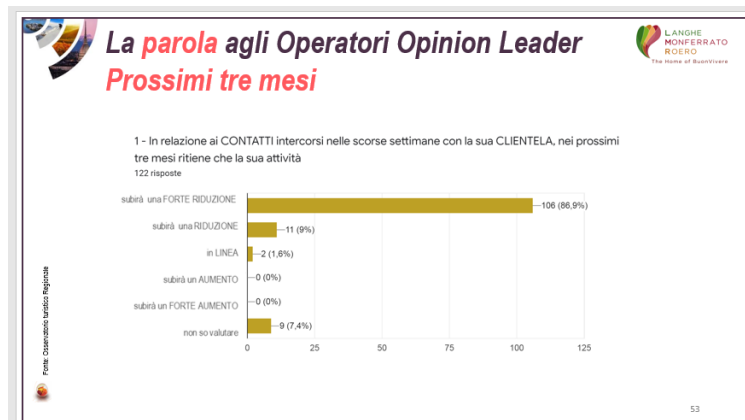
La somministrazione è stata curata dalle singole ATL a partire dal 20 maggio 2020.

La raccolta delle risposte inviate dagli

operatori si è conclusa il 3 giugno 2020 e ha consuntivato **561 operatori e 21 rappresentanti** di Associazioni di Categoria locali e Consorzi Turistici.

Elaborazione dei dati raccolti, realizzata nel corso delle tre successive settimane di giugno, ha portato alla redazione del rapporto finale all'interno del quale sono emersi elementi utili per supportare l'organizzazione della filiera del prodotto anche ai fini della pianificazione della campagna di promo-comunicazione del programma #RipartiTurismo.

Infatti al di là della forte preoccupazione per la crisi - oltre 80% degli operatori ritiene che nei prossimi tre mesi la propria attività subirà una forte contrazione – sono emersi alcuni elementi interessanti quali:



La maggior parte dei rispondenti si dichiara **preparato a riaprire l'attività**, pur lamentando poca chiarezza nelle linee guida di comportamento. I più preparati nella zona delle Langhe Monferrato Roero e, a seguire, nell'area di Biella Valsesia e Vercelli.

In sintesi

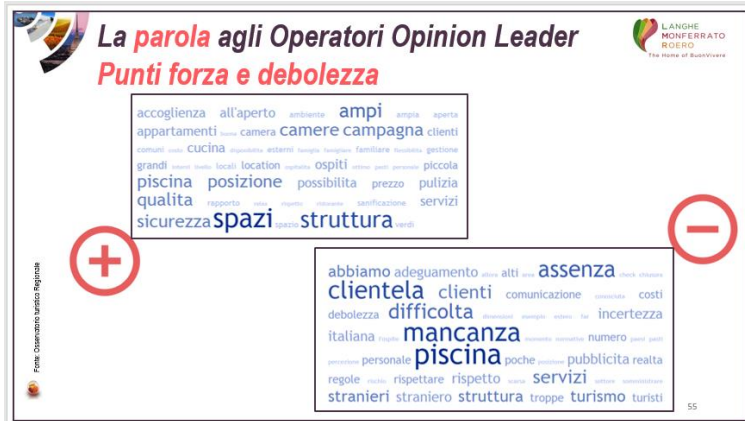
L'indagine ha coinvolto **molto operatori** (122 operatori che risulta un campione rappresentativo della ricettività): l'87% indica una FORTE CONTRAZIONE nei prossimi tre mesi; il 9% indica una CONTRAZIONE e il 7% degli operatori NON SA VALUTARE. Si dichiarano **decisamente preparati** alla riapertura.

Punti di Forza	Punti di Debolezza
Piccole strutture "in campagna" dotate di ampi spazi anche esterni con piscina, che permettono di vivere in tranquillità e sicurezza un soggiorno di qualità.	Prodotto vocato al turismo estero. Necessità di riorganizzazione per rivolgersi alla domanda interna. Limitata capacità di adeguare il servizio in sicurezza senza costi aggiuntivi.
Creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche. Scoperta di nuove località e destinazioni minore.	Incertezza sulle decisioni governative. Cancellazione delle prenotazioni.
Opportunità Richieste di chiarezza e rapidità di azione, ma consapevolezza dell'essere inseriti in un territorio regionale con Enti preposti a cui rivolgersi. Ringraziamenti per il lavoro in corso. Accanto ad alcune richieste di aiuto, la richiesta di un'azione di promozione ampia forte e strutturata verso l'estero.	Criticità

I **punti forza riconosciuti al Piemonte riguardano**

- elementi intrinseci del territorio e del prodotto: montagna, lago, ampi spazi per soggiorni nella natura, attività outdoor, con possibilità di stare all'aria aperta in tranquillità. Questo soprattutto nei territori di Biella Valsesia e Vercelli, Cuneese e Distretto Turistico dei Laghi;
- elementi connessi alla configurazione dell'offerta turistica locale: strutture piccole di

qualità, a conduzione familiare, con elevato rapporto qualità vs prezzo → Questa considerazione emerge soprattutto nelle aree di Langhe Monferrato Roero, Alexala e Novarese.



I punti di debolezza sono connessi alla necessità di

- **riorganizzare il prodotto per mercati differenti da quelli esteri** che rappresentano i bacini consolidati (soprattutto per Distretto dei Laghi e Langhe Monferrato Roero);
- **aumentare la capacità di servizio** con risorse non disponibili nell'attuale organizzazione (es., personale per le pulizie e sanificazione);
- **non poter utilizzare alcune strutture**

che implicano assembramenti (es. camerate).

Il report finale è stato condiviso con il Gruppo di Lavoro del Tavolo di coordinamento regionale #RipartiTurismo - Monitoraggio dell'offerta e della Domanda Turistica e ripreso nella presentazione della campagna di comunicazione #RipartiTurismo.

SENTIMENT ANALYSIS

Accanto alla parte più squisitamente statistica e quantitativa sopra descritta, l'Osservatorio ha avviato anche un'altra riflessione che fa parte dell'approccio più complessivo indicato nel piano strategico di VisitPiemonte DMO in termini di misurabilità dei risultati. Infatti, se è vero che i numeri e le statistiche sono cruciali per capire i fenomeni, è altresì vero che è necessario utilizzare anche altre letture per comprendere meglio i risultati e orientare le decisioni e le priorità. Solo il numero degli arrivi e dei pernottamenti, infatti, non consente di comprendere né tanto meno di orientare le *policy* di valorizzazione del territorio (i casi di Venezia e Barcellona sono emblematici in tal senso nella valutazione del successo o meno di una destinazione!).

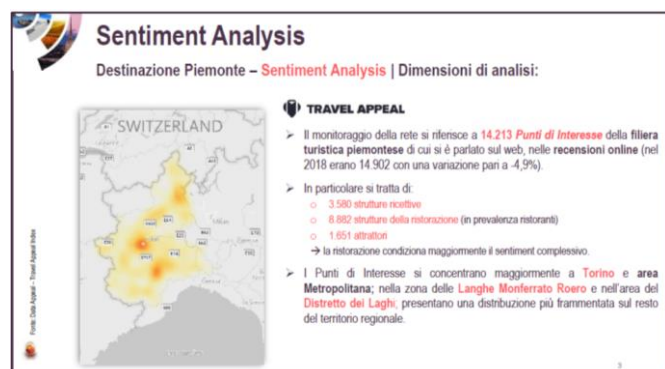
In questo senso, in accordo con la Regione, si è provveduto ad individuare ed acquisire un servizio, della durata di 12 mesi, per la rilevazione della reputazione "turistica" della nostra regione, tramite "Sentiment Analysis". cioè **analisi della percezione di turisti e visitatori** (anche potenziali) **rispetto alla destinazione** attraverso l'elaborazione di indicatori basati sulle **recensioni on-line** relativamente alla Destinazione Piemonte.

In particolare la **valutazione** viene effettuata attraverso:

- un **punteggio di valutazione del "prodotto turistico"** ottenuto analizzando i contenuti, l'ottimizzazione, la gestione e le performance per i principali canali in cui le strutture del territorio sono presenti con dettaglio per singolo canale;
- un **punteggio che indica la percezione** che le persone hanno dell'offerta del territorio (complessiva e per macro-categoria), ottenuto dall'analisi semantica di tutte le recensioni e i post dei social network - **Sentiment positivo (o Soddisfazione Generale) / negativo**.

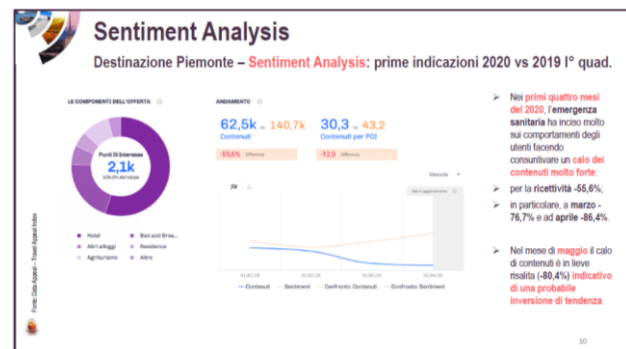
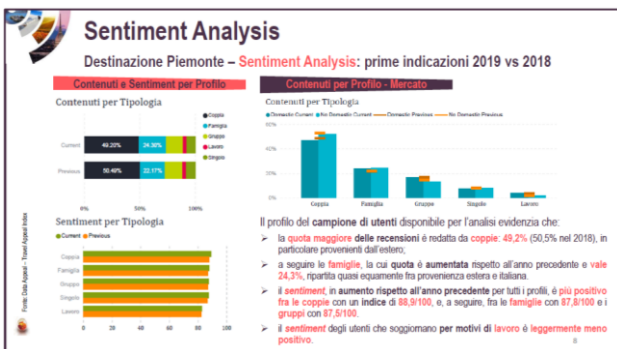
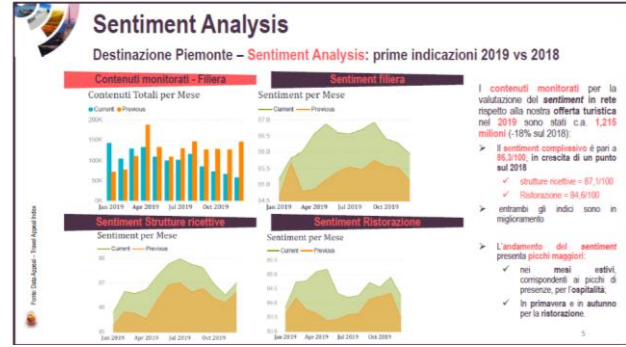
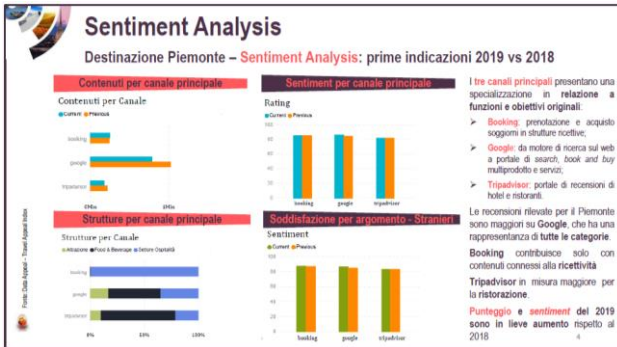
L'output finale si articola su **quattro dimensioni di analisi**:

- Territorio (ATL, aree prodotto)
- Categorie (strutture ricettive, ristorazione a attrattori – Point Of Interest)
- Mercati (Paesi esteri e Italia)





- Segmenti di domanda (Famiglie, single, coppie con figli, coppie senza figli, viaggiatori di piacere, per business, ecc...)
- Inoltre, viene elaborata un'analisi benchmark con altre realtà regionali per verificare la possibilità di utilizzare indicatori confrontabili fra i altri territori competitor:
- ATL Langhe Monferrato Roero vs regione Toscana e Borgogna (F);
 - Torino città vs Milano e Berlino (D)
 - il territorio Montagna piemontese vs Trentino e Svizzera nelle due stagioni - estate e inverno.



Il primo report di posizionamento e valutazione relativo al 2019 vs 2018 per la destinazione Piemonte nel suo complesso è stato illustrato nell'ambito del tavolo di lavoro #RipartiTurismo e diffuso attraverso la Newsletter di VisitPiemonte DMO (il 27 maggio 2020) e pubblicato sul sito web corporate <https://www.visitpiemonte-dmo.org/sentimentanalysis/>.

OSSERVATORIO LANGHE MONFERRATO ROERO

A seguito di incontri promossi localmente dall'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba con referenti di Banca d'Alba, VisitPiemonte DMO attraverso l'Osservatorio Turistico Regionale ha avviato un percorso di confronto e concertazione di obiettivi fra soggetti pubblici e privati locali della zona delle Langhe Monferrato e Roero – Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, Ente Fiera del Tartufo Bianco d'Alba – e regionali – UnionCamere Piemonte - con la finalità di sostenere e promuovere lo sviluppo economico e territoriale e in particolare del settore turistico.

Il percorso di condivisione degli obiettivi e di concertazione delle azioni comuni, ha portato, nel mese di marzo 2020, alla firma (elettronica) del protocollo d'intesa avviando l'Osservatorio Langhe Monferrato Roero con la finalità di contribuire allo sviluppo economico sociale della destinazione "Langhe Monferrato Roero" con particolare attenzione alla filiera turistica e agroalimentare.



L'Osservatorio Langhe Monferrato Roero, che prevede una collaborazione continuativa, scambio di competenze ed esperienze mirate a rafforzare la destinazione Piemonte in Italia e nel mondo, con particolare attenzione al territorio di Langhe Monferrato Roero si pone i seguenti obiettivi specifici:

- **mettere a fattor comune** dati, elaborazioni e risultati di analisi del fenomeno turistico (domanda / offerta / imprese) che ogni soggetto avrà a disposizione nell'arco temporale dei prossimi mesi per sperimentare un modello di Osservatorio di destinazione integrato quale strumento di programmazione e sostegno allo sviluppo territoriale;
- **consolidare la collaborazione** per costruire uno strumento "permanente" di analisi, monitoraggio e valutazione partecipando ad incontri trimestrali e alla costruzione di un reporting semestrale (versioni per il pubblico e versioni di dettaglio e/o a diffusione riservata concordate fra i soggetti);
- **condividere e promuovere piani di formazione e qualificazione** rivolti agli operatori economici del territorio e azioni di formazione – informazione volte alla popolazione residente locale e proprietaria di immobili che compongono in misura sempre maggiore l'accoglienza della destinazione;
- **condividere e comunicare il lavoro dell'“Osservatorio Langhe Monferrato e Roero”** al territorio (popolazione, operatori, imprese e enti pubblici ai vari livelli) attraverso eventi e convegni utili a sviluppare una consapevolezza diffusa circa il fenomeno, ad aumentare la conoscenza fra gli operatori di filiera e a supportare nuove progettualità ed imprenditorialità;
- **costituire un modello di collaborazione strategica pubblico / privato** che possa essere replicato e promosso a livello regionale e divenire case history di portata nazionale ed internazionale.

Il **28 maggio 2020**, in modalità call conference, si è svolto l'incontro di avvio del progetto – **kick off meeting** - all'interno del quale sono stati illustrati

- **strumenti, indicatori e analisi** ad ora condivisibili da **VisitPiemonte – Osservatorio** - statistiche ufficiali del turismo (ISTAT), Smart Tourism (piattaforma DVI TIM – Big Data Analysis) e la Sentiment Analysis (Data Appeal);
- **strumenti, indicatori e analisi** ad ora condivisibili da UnionCamere con il supporto di Banca D'Alba - Spend Index;
- **primi risultati** del caso studio di Alba (CN) e Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba – Edizione 2019;
- prossimi passi inerenti il consolidamento degli indicatori Smart Tourism Settembre –Dicembre 2019, condivisione dei risultati completi del sondaggio di propensione all'acquisto di una vacanza nei prossimi 2/3 mesi – mercato italiano; le dimensioni del sondaggio - I wave e II wave – e un primo scenario del I quadrimestre 2020.



OSSERVATORIO MOBILITA' TURISTICA

Sulla base dei risultati del percorso partecipativo degli Stati Generali per il Turismo del 2018 contenuti nel *Documento di indirizzo per lo sviluppo turistico della destinazione Piemonte*, è stato individuato come ambito di lavoro di maggiore criticità quello della mobilità turistica che, accanto a crescita sostenibile, regia regionale e formazione costituisce un obiettivo generale per la strategia di sviluppo turistico. Promuovere il miglioramento della mobilità e delle infrastrutture di collegamento da e verso la destinazione e le aree interne del Piemonte è la sintesi delle linee di intervento individuate.

Dai dati in nostro possesso, si evidenzia come i turistici in particolare dall'estero, raggiungano il Piemonte principalmente dai valichi alpini utilizzando l'auto come mezzo di trasporto principale. E a seguire gli aeroporti di Milano, Torino Caselle e Nice Cote d'Azur.



Coerentemente con le linee di intervento individuate, nel corso del II semestre 2019 è stata conclusa una prima ricognizione sullo stato dei collegamenti disponibili dagli aeroporti utili per il Piemonte con la collaborazione dell'Università di Torino e del Piemonte Orientale.

L'obiettivo dell'Osservatorio Mobilità Turistica per l'anno 2020 è quello di evidenziare il livello delle criticità che condizionano a volte la scelta della destinazione a volte solo la modalità di fruizione del territorio e promuove, stimolare e avviare processi correttivi.

In particolare, si vogliono individuare:

- **carenze di servizio** ovvero mancanza del servizio di trasporto / collegamento → a cui si dovrà rispondere promuovendo l'implementazione del servizio stesso,
- **carezza di comunicazione** del servizio esistente → che dovrà far riflettere su come rendere più facilmente fruibili le informazioni ai passeggeri in arrivo presso l'aeroporto ai fini del raggiungimento di Torino e del Piemonte,
- **necessità di promo-comunicazione** dei servizi → a cui rispondere con un eventuale supporto la promo-comunicazione istituzionale e di sistema degli operatori.

Nel corso del primo semestre del 2020, l'Osservatorio Mobilità Turistica ha avviato un tavolo di lavoro che vede la partecipazione degli stakeholder del sistema turistico e dei trasporti regionale, quale luogo di confronto sulle criticità emerse dalle analisi al fine di avviare lo sviluppo di azioni correttive o implementazione di eventuali nuove soluzioni di trasporto turistico monitorandone i risultati.



Il primo incontro promosso dalle criticità segnalate dagli operatori locali, coordinati dall'ATL del Cuneese e dal Consorzio Conitours, riguarda la mobilità turistica dedicata al cicloturismo in Piemonte e al miglioramento dei servizi ferroviari nelle Alpi Marittime e Liguri per i bikes de La Via del Sale portato all'attenzione di Trenitalia e dell'Agenzia della Mobilità Piemontese.

La necessità sarebbe quella di dotare il treno della Cuneo-Ventimiglia di un vagone adibito al trasporto biciclette e persone. Infatti emersa in seguito al crescente arrivo di bikers che – da Limone e dagli altri ingressi della Via del Sale – pedalano verso il mare con approdo a Ventimiglia e Arma di Taggia e necessitano di servizi per rientrare in Piemonte. Il coinvolgimento di Trenitalia e l'Agenzia per la Mobilità Piemontese ha permesso di avviare il processo di verifica in tempi brevi la possibilità di mettere in atto quanto richiesto e illustrato.

SVILUPPO DELL'OFFERTA & MARKETING TERRITORIALI

VALORIZZAZIONE DEI PERCORSI SPIRITUALI

Sacri Monti - La Passione di Sordevolo

Tra le varie attività a supporto dei **Sacri Monti**, c'è la **Passione di Sordevolo**, nel **Biellese**, che vede la rievocazione storica della Passione al centro della narrazione con la partecipazione dell'intera comunità. Si sono tenute diverse call con il Sindaco e il team a supporto dell'evento per la comunicazione relativa allo spostamento dell'evento al prossimo anno, il **2021**.



MIPIM CANNES (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa non è stata realizzata causa Covid-19)

La Regione Piemonte ha deciso di partecipare alla **Fiera MIPIM di Cannes, un appuntamento di grande rilievo per il mercato immobiliare internazionale**, in una prospettiva di attrazione degli investimenti sul proprio territorio con una presenza fieristica e uno stand curati da CEIP.

L'obiettivo era quello di promuovere il territorio sia in chiave imprenditoriale e di attrazione investimenti, sia in chiave di promozione turistica. VisitPiemonte si è fatta carico di organizzare un evento di promozione dedicato al Piemonte (in raccordo con CEIP, la Regione Piemonte e l'Ordine degli Architetti di Torino), completando il racconto istituzionale e immobiliare con la componente di contesto territoriale prevedendo un intervento con video durante la giornata inaugurale del MIPIM con successiva degustazione di prodotti tipici piemontesi.

LEVE DI PROMOZIONE

FIERE E WORKSHOP

Le fiere e i workshop rappresentano gli appuntamenti principali per l'incontro tra domanda e offerta: possono essere considerati eventi di punta per la meeting industry, dove l'offerta italiana è coordinata da ENIT. L'attività di organizzazione degli eventi è articolata su varie linee di azione in relazione ai vari pubblici di riferimento.

L'obiettivo è quello di consolidare il posizionamento turistico del Piemonte sui mercati tradizionali attraverso una diversificazione dell'offerta turistica.

FIERE ALLE QUALI ABBIAMO PREVISTO DI PARTECIPARE:

- fiere-vetrina: ITB Berlino, WTM Londra, ITB China Shanghai
- fiere specialistiche: FREE Monaco, MITT Mosca, Salon du Randonneur Lione
- TTG- e Skipass in raccordo con La Regione Piemonte

FIERE ALLE QUALI ABBIAMO PARTECIPATO:

Tra gennaio e febbraio VisitPiemonte ha partecipato, come previsto a **Vakantebeurs di Utrecht e Fr.e.e. di Monaco**, dopodiché, a causa dell'emergenza coronavirus, sono state annullate le fiere **ITB di Berlino, MITT di Mosca, Salon du Randonneur di Lione**.

Vakantiebeurs, con oltre 100.000 visitatori, è il più importante evento fieristico dei Pasi Bassi, interamente dedicato al turismo leisure e outdoor. La fiera, che quest'anno ha celebrato il 50° anniversario, si è svolta da mercoledì 15 a domenica 19 gennaio 2020 presso il centro fieristico Jaarbeurs di Utrecht ed era organizzata in 6 Padiglioni di cui 4 dedicati all'Europa.

L'evento è rivolto principalmente al pubblico finale ma il primo giorno è stato dedicato ai tour operator e ai professionali.

Data l'importanza di questo evento che è considerato il più importante nel Benelux, il Piemonte ha ritenuto opportuno partecipare con uno stand di 25mq ospitato nell'area Italia, gestita di ENIT.

Lo spazio Italia ha ospitato il Piemonte, il Trentino, le Marche, l' Umbria e la Città di Brescia. Ogni area dedicata alle regioni italiane è stata allestita con equipaggiamento video mentre lo spazio Italia è stato allestito con un'area caffetteria operativo per tutta la durata della Fiera per gli espositori dello stand e per gli showcooking a cura della Regione Marche.



F.re.e è la più importante fiera del turismo e del tempo libero del sud della Germania. Evento imperdibile per chi è alla ricerca di idee ed informazioni per organizzare un viaggio, propone ogni anno una panoramica a 360 gradi dell'intera offerta turistica: dai viaggi per le famiglie, alle destinazioni per chi è amante delle vacanze immerso nella natura, dalle crociere alle vacanze termali. Ampio spazio è riservato alle nuove tendenze dal trekking alle vacanze in camper o roulotte, al turismo nautico all'alpinismo. Un'occasione irrinunciabile per trovare il meglio dell'offerta turistica e leisure in un'unica location.

La manifestazione, importantissima per intercettare i viaggiatori dell'area bavarese, è dedicata esclusivamente al pubblico e ha un focus prevalente sul turismo outdoor, molto amato nel sud della Germania.

L'edizione di quest'anno ha avuto ENIT come main sponsor, pertanto il Bel Paese e le offerte regionali hanno avuto notevole esposizione.

VisitPiemonte ha gestito e coordinato la presenza regionale all'edizione 2020 della manifestazione, che ha avuto luogo a Monaco di Baviera dal 19 al 23 febbraio, con uno spazio espositivo di 25 mq. Trattandosi di evento B2C, la partecipazione all'interno dello spazio piemontese è stata concessa solamente ad ATL e Consorzi che ne hanno fatto richiesta.

Il 20 febbraio ENIT ha ospitato nell'area italiana circa 30 blogger tedeschi, cui è stata presentata l'offerta turistica italiana. Alcuni tra questi hanno espresso il desiderio di avere maggiori informazioni sul Piemonte ed hanno potuto incontrare le ATL presenti.

Di seguito il dettaglio delle attività di gestione e coordinamento a cura di VisitPiemonte:

A.1. ATTIVITA' ORGANIZZATIVE:

- avvio contatti con ENIT Monaco;
- raccolta adesioni, preparazione scheda tecnica e gestione comunicazioni con ATL e consorzi;
- preparazione e invio di elementi necessari per allestimento stand (grafiche, video, etc.).

A. 2. ATTIVITA' DI GESTIONE E COORDINAMENTO IN LOCO:

- ricezione in loco del materiale promozionale e stoccaggio nello stand;
- controllo e preparazione dell'area espositiva il giorno antecedente l'inizio dell'evento;
- presenza allo stand durante i primi 3 giorni di fiera per coordinamento ATL e consorzi,
- incontri con trade e media tedeschi e distribuzione materiale promozionale;
- attività di follow up post-evento.

A. 3. ATTIVITA' UFFICIO STAMPA E DIGITAL PR:

- redazione di un comunicato stampa in lingua per ENIT Monaco;
- pubblicazione di post sui principali social network di Visitpiemonte e siti corporate prima e durante l'evento.



DISCOVER ITALY (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa è stata posticipata al 16 settembre causa Covid-19)

Discover Italy è un evento B2B dedicato all'Incoming in Italia che si sarebbe dovuto svolgere il 27 marzo 2020 nella suggestiva location dell'ex Convento dell'Annunziata di Sestri Levante (GE). È l'unico evento standing alone che propone tutta l'offerta italiana sia da un punto di vista territoriale, sia da un punto di vista merceologico. Una piattaforma di incontro d'affari che permette alle imprese pubbliche e private del settore di incontrare gli operatori turistici internazionali più qualificati. La banca dati di Discover Italy dispone dei riferimenti di oltre 18.000 buyer specializzati nel turismo Leisure, MICE, Lusso, Religioso, Culturale e tanto altro ancora. Un innovativo sistema di business matching consente di pre-organizzare gli incontri con i buyer internazionali selezionati individuando fra di loro i partner ideali per le esigenze di ogni seller.

Tra le attività previste:

- 8 agende con 20 appuntamenti pre-organizzati e relative postazioni di lavoro completa di arredo e comprende un'agenda con 20 appuntamenti, 2
- newsletter personalizzate inviate ad oltre 18.000 buyer e serata di gala ulteriore opportunità per fare networking con tutti i buyer partecipanti;
- Presentazione dell'offerta regionale ai buyer il giorno prima dell'evento all'interno dello slot dedicato a Enit e Alitalia (partner ufficiali dell'evento);
- Proiezione di un video promozionale in loop nella sala principale del workshop;
- Distribuzione di materiale promozionale all'interno della borsa consegnata a tutti buyer.

ACCORDI DI CO-MARKETING (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa non è stata realizzata causa Covid-19)

Le attività di co-marketing consentono di ottimizzare gli investimenti in comunicazione attraverso la messa in comune di azioni promozionali e leve di marketing (prezzo, canali distributivi, advertising...) con partner aventi obiettivi analoghi.

Nello specifico, si tratta di accordi con primari Tour Operator, vettori aerei e compagnie ferroviarie per attrarre visitatori italiani e stranieri in Piemonte, attraverso proposte offerte da VisitPiemonte, veicolate dai partner sui propri canali verso i passeggeri e/o iscritti a newsletter che incentivano il viaggio verso la destinazione attraverso offerte dedicate e/o sconti anche in termini di biglietteria.

Tra i soggetti contattati e consultati per concludere accordi di co-marketing con VisitPiemonte:

- **SNCF** – Société National Française des Chemins de Fer – per attivare sinergie sul mercato **francese** attraverso il sistema ferroviario;
- **Compagnie aeree che sono attive sul Piemonte in accordo con i due aeroporti.**

Nel contempo abbiamo ottenuto da Oui.Sncf il report dell'audience ottenuta attraverso i banner e la NL dedicati al Piemonte l'anno scorso sul sito delle ferrovie francesi, nonché un'analisi mensile del traffico interessato alle news sul Piemonte 2019 vs 2018 e delle performance di vendita durante le campagne promozionali.

Parallelamente abbiamo chiesto una proposta di contenuto ed economica per il 2020, che andrà riparametrata in seguito all'emergenza coronavirus. In linea di massima sono state ipotizzate le seguenti attività:



- l'importante evento per il **rebranding di SnCF** (ancora segreto) ad ottobre, nel quale VisitPiemonte potrebbe essere coinvolta insieme alla Città di Milano. Un eventuale press trip sarebbe in questo caso ricalendarizzato in questo periodo.
- **Megabanner**
- **NL**
- **Adattamento del sito per un week end con un reindirizzamento verso un pubbliredazionale dedicato.**

I temi da rilanciare potrebbero essere Barocco, luxury e neve.

AMBASSADOR FOR PIEMONTE

Rappresenta un modo nuovo e dinamico per promuovere Torino e il Piemonte tra i giovanissimi attraverso i **social e i nuovi linguaggi digitali**: la prima serie di videoclip realizzati è disponibile nella sezione "Dicono di noi" sul sito www.visitpiemonte.com. Nel 2019 c'è stato il coinvolgimento di un primo gruppo di **studenti dell'Università degli Studi di Torino** con la volontà di coinvolgere successivamente il maggior numero di studenti in modo che diventino loro stessi veicolatori del prodotto Piemonte verso i loro coetanei. A tal fine, il 26 febbraio 2020 è stata firmata la convenzione con l'**Accademia Albertina di Belle Arti** di Torino e il 28 febbraio si è tenuto un primo incontro con **Abbonamento Musei** per avviare una collaborazione, in seguito sospesa a causa delle nuove esigenze e delle limitazioni dovute al Covid-19.

MATERIALE PROMOZIONALE

Nell'ambito delle attività di comunicazione e/o in occasione di eventi e appuntamenti fieristici, è essenziale disporre di materiale promozionale per la valorizzazione del territorio e dei prodotti piemontesi declinato sui vari temi che caratterizzano la regione.

A fronte di questa necessità, abbiamo provveduto all'aggiornamento delle brochure istituzionali multilingue con adattamenti grafici e/o testuali su singole offerte, delle cartine tematiche, unitamente alla realizzazione di chiavette USB e shopper.

Nel dettaglio:

- **brochure promozionale** che presenta le peculiarità della nostra regione suddivise nelle tematiche: Torino, Residenze Reali, Arte Contemporanea, Cinema, Enogastronomia, Outdoor, Montagna Invernale, Spiritualità, Laghi, Shopping e MICE ITA, INGL, FRA;



- **brochure promozionale A5** contenente con le medesime informazioni presenti nella brochure promozionale ma realizzata in formato ridotto e bilingue nelle versioni italiano/inglese e francese/tedesco;



- **cartina turistica** in cui sono stati messi in evidenza i punti e i luoghi di interesse del Piemonte suddivisi per tematiche (aggiornamenti in raccordo con le ATL);



- realizzazione della **cartolina Barocco** in lingua tedesca per i 4 soggetti;



- in previsione la realizzazione **cartolina Barocco** in lingua italiana, inglese e francese;
- in previsione aggiornamento **press kit**.

INIZIATIVE IN OCCASIONE DEL 50° ANNIVERSARIO DELLA COSTITUZIONE DELLA REGIONI ITALIANE (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa non è stata realizzata causa Covid-19)

A inizio anno, in occasione del 50° anniversario dell'istituzione delle Regioni italiane, la Regione Piemonte aveva in programma di realizzare alcune iniziative per celebrare questa ricorrenza valorizzando il patrimonio linguistico/culturale, paesaggistico, agroalimentare e tipico del Piemonte.

VisitPiemonte ha, quindi, contribuito a ipotizzare un programma in fase di definizione con le Direzioni competenti.



COMUNICAZIONE

VISITPIEMONTE.COM

Realizzazione di nuove sezioni:

1970-2020: 50 ANNI DELLA REGIONE PIEMONTE

Nel 2020 il Piemonte celebra il 50° anniversario dell'istituzione della Regione Piemonte e il 15° anniversario del nuovo Statuto regionale. Il 14 gennaio il Presidente del Consiglio Regionale Stefano Allasia, e Alberto Cirio, Presidente della Regione Piemonte, hanno aperto la conferenza stampa di presentazione del calendario di iniziative per raccontare la ricchezza culturale, linguistica, paesaggistica ed agroalimentare del nostro territorio.

VisitPiemonte ha predisposto una sezione ad hoc su VisitPiemonte, che oltre a descrivere l'evento in se, riporta e offre visibilità al calendario delle celebrazioni a cura del Consiglio Regionale. Inoltre, per offrire maggiore visibilità ai contenuti, si è previsto anche il richiamo dell'evento in slider.

IL CARNEVALE IN PIEMONTE

Visto il successo della promozione degli eventi legati al Natale in Piemonte la Direzione Turismo ha incaricato Visitpiemonte di dedicare un momento promozionale alla tradizione dei Carnevali in Piemonte. Si è provveduto in data 20 dicembre è stata creata una mail ad hoc carnevaleinpiemonte@visitpiemonte-dmo.org utilizzata per richiedere a ciascun comune le iniziative e i programmi dei festeggiamenti.

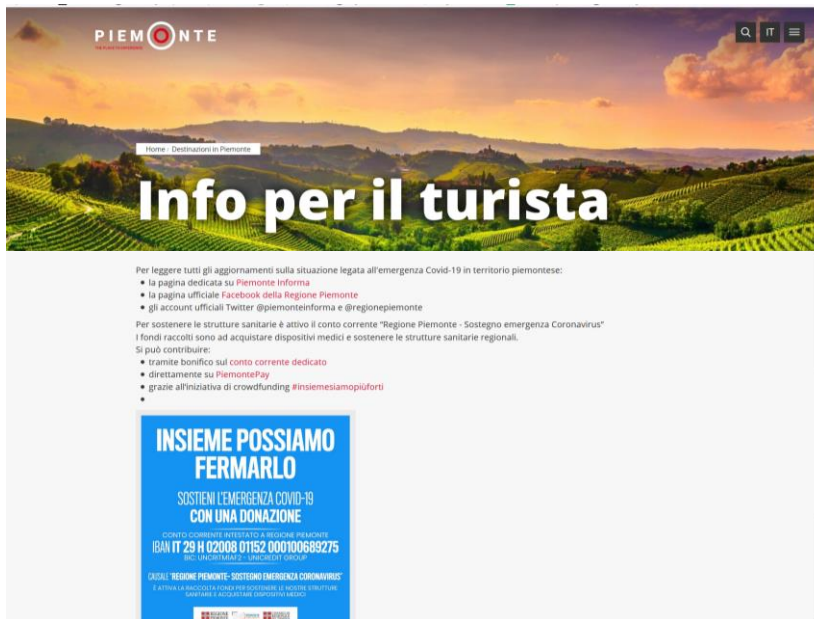
Tutte le mail raccolte sono state suddivise per evento (indicativamente 215 segnalazioni) e per tipologie: "Carnevali storici", "Carnevali alpini" e "Eventi del Carnevale" per le quali sono state create tre sezioni ad hoc.

La sezione ha debuttato online il 14 di gennaio.



TESTI LEGATI ALL'EMERGENZA COVID-19

La home page del sito VisitPiemonte è stata modificata seguendo l'evoluzione della situazione di lock-down. In aprile si è attivata una landing page in cui sono indicate le pagine regionali dove trovare tutti gli aggiornamenti sulla situazione legata all'emergenza Covid19 in territorio piemontese: la pagina dedicata su Piemonte Informa, la pagina ufficiale su Facebook della Regione Piemonte, gli account ufficiali su Twitter @piemonteinforma e @regionepiemonte

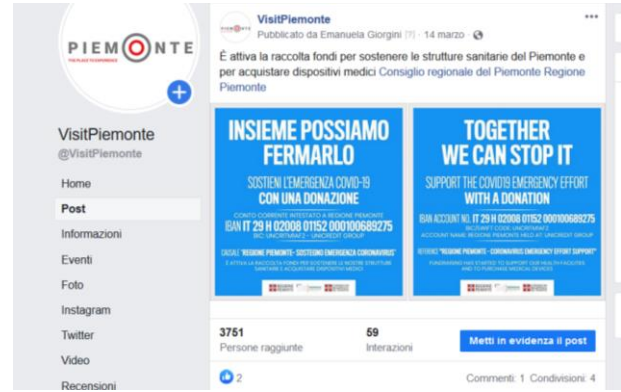


È stato segnalato il conto corrente “Regione Piemonte - Sostegno emergenza Coronavirus” per raccogliere fondi destinati ad acquistare dispositivi medici e sostenere le strutture sanitarie regionali con l’iniziativa di crowdfunding #insiemesiamopiùforti.

Inoltre, è stata realizzata una pagina di invito a conoscere il Piemonte per stimolare il navigatore a “viaggiare” sui contenuti del sito per scoprire aspetti inediti e mai raccontati del nostro territorio attraverso la rubrica #PiemonteStoiers e gli eventi, in digitale, del Barocco.



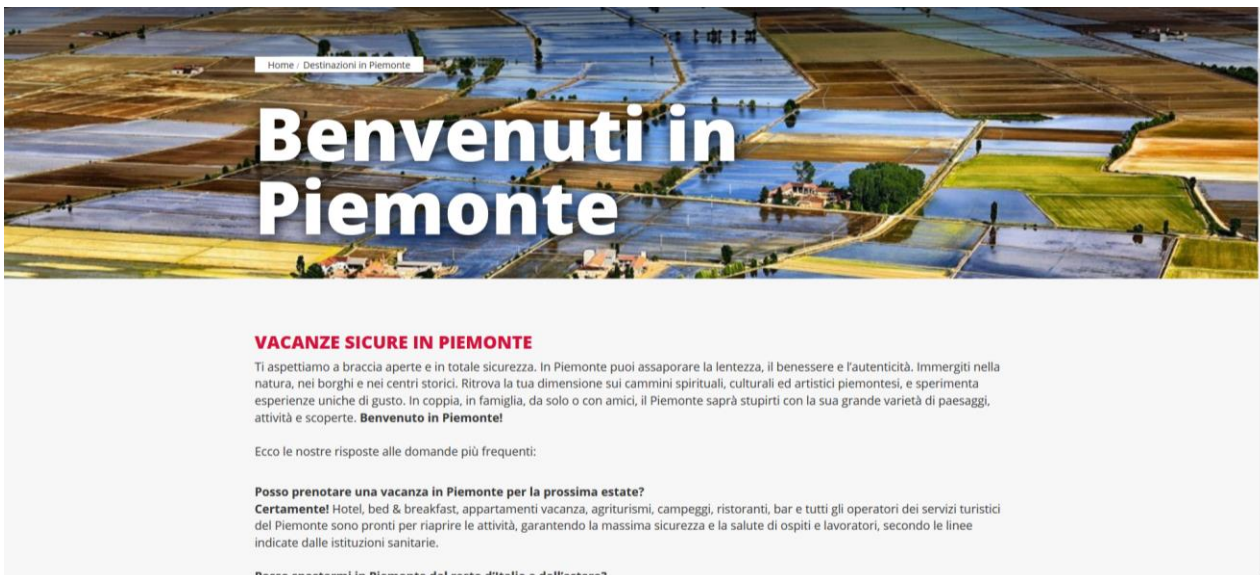
Tale comunicazione è stata viralizzata sul Social Media System di VisitPiemonte (FB, Tw, IG, LinkedIn) al fine di moltiplicare la condivisione della comunicazione ufficiale in merito all'emergenza da parte della Regione Piemonte <https://www.regione.piemonte.it/web/temi/coronavirus-piemonte> e sensibilizzare la fan base alle regole relative alla sicurezza sanitaria durante il periodo del lock down.



La medesima comunicazione è stata replicata sulla pagina FB B2C @VisitPiemonte nelle lingue inglese francese.



In giugno, con la riapertura dei confini regionali e delle frontiere, è stata predisposta nella sezione di accoglienza in home "Benvenuti in Piemonte" una pagina web esplicativa per il turista/visitatore riguardante le linee guida e le disposizioni dei decreti per il rispetto della sicurezza sanitaria: prenotazioni, spostamenti, uso della mascherina, utilizzo dei servizi, possibilità di svolgere attività motorie ecc.



2020 L'ANNO DEL CORTESE

Dopo il successo dell'Anno del Dolcetto, la Regione Piemonte ha dedicato il 2020 al vitigno del Cortese, dodici mesi di iniziative per sostenere un vino bianco storico del Piemonte che attraversa una fase di sofferenza. VisitPiemonte, su



incarico dell'Assessorato all'Agricoltura ha lavorato ad un piano di promozione la cui parte digital ha come fulcro una sezione dedicata sul sito di VisitPiemonte.

È stata realizzata una pagina pillar all'interno della sezione Gusto, sottosezione Vino, con la grafica ufficiale dello spazio Piemonte al Vinitaly in collaborazione con Artissima.

Oltre al testo di presentazione la sezione è stata corredata di una mappa sulla quale sono evidenziati i territori di produzioni e i relativi consorzi che lo promuovono.



#PIEMONTESTORIES

Durante il periodo del lockdown si è manifestata la necessità di proseguire la promozione del territorio in una chiave diversa, fatta di una narrazione più emozionale, di racconto di aspetti inediti, di angoli meno conosciuti del Piemonte che potessero comunicare al navigatore la suggestione del viaggio e la voglia di scoperta una volta terminata l'emergenza Covid.

Il team ha definito una serie di temi cavallo dei vari territori, per delineare mini itinerari di racconto del Piemonte declinandoli sui temi dell'Outdoor, della Cultura, della Spiritualità e del Paesaggio.

Sono nate 18 stories pubblicate sul sito visitpiemonte.com nella sezione news e condivise su FB e Instagram. Qui di seguito l'elenco dei contenuti e delle performance (organiche) raggiunte grazie alla veicolazione sul Social Media System.



STORIES	Reach complessivo FB	Interazioni	Like Instagram
#1 PiemonteStories. Il mare a quadretti	4.307	162	207
#2 PiemonteStories: bellezza e orgoglio delle Valli Occitane	2.460	157	224
3 #Piemontestories: Romantico Astigiano tra Romanico e Barocco	6.700	652	248
4 #PiemonteStories Land Art in Piemonte	6.400	804	354
5 #PiemonteStories: Il Monferrato Alessandrino	6.000	596	214
6 #PiemonteStories: Novara, paesaggi d'acqua tra arte e gusto	3.900	410	170
7#PiemonteStories: Valsesia, montagne e sapori del Verellese	3.200	357	365
8 #PiemonteStories: terre Biellesi operosità tra outdoor e natura	3.010	221	255
9 #Piemontestories: Torino a ritmo di passeggiata	3.279	294	241
10 #PiemonteStories: Lago d'Orta e Isola di San Giulio	13.200	1980	2122 (promosso)
11 #PiemonteStories: un giorno a Vercelli	8.300	1108	240
12 #PiemonteStories: da Mergozzo al Parco Nazionale Val Grande	9.100	1159	2.001 (promosso)
13 #PiemonteStories: tappe di gusto tra i filari del Boca e del Ghemme	5.900	514	1.244
14 #PiemonteStories: donne e uomini di Langhe Roero e Monferrato con il Progetto Virtual Tour	2.900	175	646
15 #PiemonteStories: sulla via dell'antico Marchesato di Saluzzo	4.100	261	392
16 #PiemonteStories: Il Barocco in Langa e Roero, percorsi e itinerari	18.500	1601	-
17 #PiemonteStories: la Torino del cinema, alla scoperta dei set cinematografici in città	5.600	392	391
18 #Piemontestories Tuffati nell'estate sul Lago Maggiore	7.700	676	486

Interventi SEO

Il corpus testuale di VisitPiemonte è oggetto un'attività di revisione in chiave SEO (Search Engine Optimization) al fine di operare, in chiave strutturale, sui testi per una più efficace lettura dell'algoritmo di google fine di risultare tra le prime 5 posizioni dei risultati di ricerca. Il lavoro ha previsto tre appuntamenti formativi rivolti al team web per un aggiornamento sulle tecniche SEO, i tool per valutarlo, e workshop di scrittura. La riscrittura, a cura della redazione web di VisitPiemonte, attualmente in corso, è partita dalle sezioni oggetto di campagne promozionali, in particolare arte e cultura, i cui risultati apprezzabili sono già visibili sul motore di ricerca. Obiettivo per il 2020 è portare tutte le sezioni del sito B2C nelle prime 5 righe di risultato. L'attività è stata propedeutica all'avvio di una campagna SEM.

Traduzioni EN FR DE

Ogni sezione del sito è stata tradotta in lingua inglese e francese. Dal 14 di giugno grazie alla collaborazione con il liceo Vittoria di Torino, alcune sezioni del sito sono state oggetto di una revisione.

In particolare, la sezione Arte e Cultura (francese) è stata rivista in ottica SEO.

Inoltre, sono stati integrati e aggiornati gli eventi del calendario "L'essenziale è Barocco" che, a causa dell'emergenza COVID, hanno subito variazioni di contenuto e hanno avuto e avranno luogo in streaming.



NUOVI STRUMENTI DIGITALI PER I VISITATORI

Sul portale turistico di VisitPiemonte saranno disponibili delle proposte degli operatori del territorio relative **settore bike** – area di test del progetto –, offerte ai potenziali **visitatori**, i quali potranno completare il proprio **processo di acquisto** grazie alla **componente tecnologica blockchain**.

Il **gruppo di lavoro** è composto da diversi soggetti esterni: l'Università degli Studi di Torino-Dipartimento di Informatica, Domino, Enesi, FlossLab e Bios.

Al fine di coordinare e gestire le attività di ogni soggetto sono stati adottati diversi strumenti di lavoro per la condivisione dei materiali e le call di aggiornamento: TRELLO e SLACK, **piattaforme digitali per la condivisione degli ambienti di lavoro virtuali**. Sono state organizzate diverse **call** per la condivisione/approvazione di **sviluppi tecnici, grafici e procedurali** relativi alla tecnologia blockchain e al sito www.visitpiemonte.com. In particolare, sono state avviate delle call specifiche:

- con Domino per:
 - ✓ la definizione dell'interfaccia grafica della piattaforma Piemonte Bike;
 - ✓ il settaggio dell'account di Google Analytics al fine di un monitoraggio completo e corretto del flusso dei dati degli utenti. I dati acquisiti saranno servivano in seguito a FlossLab per l'elaborazione e presentazione di un sistema di reportistica.
- con UNITO per:
 - ✓ la condivisione della proposta dell'interfaccia grafica;
 - ✓ la profilazione degli utenti connessa a un form di registrazione predisposto e condiviso da VisitPiemonte. Per finalizzare l'acquisto dei coupon relativi alle offerte che verranno pubblicate sul sito web di VisitPiemonte, infatti, sarà richiesto agli utenti di inserire alcuni dei loro dati col fine di una profilazione mirata a una successiva targetizzazione;
 - ✓ la definizione dei ruoli e delle responsabilità relativamente alla privacy policy.

SOCIAL MEDIA SYSTEM

Il primo semestre 2020 ha visto un'intensa attività editoriale legata al social media system corporate e B2C di VisitPiemonte. Ciascuna azione sui social ha accompagnato e valorizzato ogni task progettuale della società. Sono stati editati complessivamente i seguenti post relativi all'attività editoriale.

FB @visitpiemonte 60 post

FB @VisitPiemonteDMO 86 post

Linkedin @visitpiemonte 19 post

TW @Visit_piemonte 226 tweet

TW @torinopiemonte 78 tweet

Si è inoltre operato, per quanto la tematica lo permetteva, in modalità full domination, declinando il tema/evento oggetto della promozione sull'intero ecosistema digitale B2C e Corporate, dai siti web al social media system.

Durante la fase di lock down si è assistito ad un incremento organico della fanbase di @VisitPiemonte (account B2C) complice anche il maggior tempo trascorso in casa e sul web. Approfittando dei minori costi dell'ADV su FB dovuto ad una minore attività di comunicazione delle aziende, si è avviata una campagna di incremento Fan base su FB e Instagram attraverso l'agenzia partner Creatiweb.

A partire dalla terza settimana di maggio si è avviata la promozione che, alla fine del mese di giugno ha visto un incremento da: 29.636 a 40020 fan su FB; da 3.576 a 5.387 follower su IG. L'obiettivo da raggiungere è di 60.000 fan attivi e 10.000 follower rispettivamente sui Social Media sopra citati.



Dal mese di luglio parte invece la campagna traffico vs Visitpiemonte.com con l'obiettivo di portare il traffico a 50.000 utenti unici mensili.

PATRIMONIO ICONOGRAFICO PIEMONTESE

Nel primo semestre 2020 è continuato l'accordo fra VisitPiemonte e Getty Images, la più grande agenzia di comunicazione fotografica e visiva a livello mondiale.

Gli obiettivi della collaborazione erano focalizzati sia nel continuare a sviluppare la visual identity turistica e rafforzare la reputazione del Piemonte, sia nell'incrementare la visibilità del Piemonte sui media generici e specializzati nel segmento turistico ed agroalimentare.

Il progetto iniziale, che ha subito una rimodulazione a seguito dell'emergenza e delle restrizioni legate al Covid-19, comprendeva le seguenti attività:

- shooting fotografici;
- video su temi dell'offerta piemontese;
- banca immagini.

1. SHOOTING FOTOGRAFICI

La pianificazione proposta, che si riproporrà nel 2° semestre dell'anno a partire dal mese di luglio, prevedeva una pianificazione annuale con realizzazione 8-9 shooting fotografici.

I temi da trattare dal punto di vista iconografico sono i seguenti:

- Montagna estiva – Outdoor + Sport (camminate, trekking oppure bike);
- Montagna invernale + Sport (canottaggio + neve);
- Lago Maggiore;
- Vigneti Monferrato astigiano (autunno);
- Prodotti agroalimentari (vino rosso e vino bianco con uva, formaggi, frutta, carne/salumi, riso, nocciole);
- Merenda Reale con tavola imbandita (per la continuazione della promozione del Barocco anche nel 2021);
- Ristoranti stellati (n°2 ristoranti piatti della tradizione reinterpretati);
- Riprese/foto di risaie allagate con drone.

IMAGE.NET

Invio, attraverso la piattaforma image.net, di n°1 comunicato stampa e/o altri contenuti da noi elaborati (tema: L'essenziale è barocco), accompagnati da immagini fotografiche e/o video.

2. VIDEO

- N° 1 video (girato);
- N° 3 clip (montaggio).

3. BANCA IMMAGINI

Nel primo periodo dell'anno si è rinnovato il pacchetto download di immagini e video Royalty Free da Premium Access dalla banca immagini di Getty Images.



COMPETENZE E TEAM BUILDING

DIGITAL ACADEMY

Il progetto, nato a seguito dell'approvazione del Documento di Indirizzo per lo sviluppo turistico della Regione Piemonte, su sollecitazione dell'Assessorato al Turismo, è stato rivolto nel corso del 2019 al personale delle singole ATL.

Dato il successo riscontrato, si è voluto replicare l'intervento formativo sul tema del turismo digitale, rivolgendolo al personale interno di VisitPiemonte.

La considerazione di fondo è legata all'attuale limitata conoscenza delle grandi potenzialità degli strumenti digitali in termini di comunicazione in chiave turistica.

Tra le attività realizzate:

- Organizzazione delle singole sessioni di lavoro;
- Distribuzione del materiale didattico fornito;
- Attività di follow up con somministrazione di breve questionario di customer satisfaction.

Gli obiettivi formativi di questo progetto sono stati sviluppati secondo le seguenti Unit:

1. **Digital Marketing:** identificare e presidiare le piattaforme di comunicazione digitale più adatte alla valorizzazione turistica e all'enogastronomia;
2. **Content Marketing:** saper ideare un piano di contenuti rilevante, condurre attività di listening e usare le informazioni raccolte per raggiungere obiettivi di business, impostare le basi di un progetto di influencer marketing e apprenderne l'operatività, conoscere le tecniche dello Storytelling e saperle utilizzare per valorizzare la comunicazione;
3. **Social Media Marketing:** gestire in modo professionale Instagram e Facebook, dal piano editoriale alle campagne pubblicitarie a pagamento;
4. **Digital Media Planning:** definire gli obiettivi di comunicazione dal branding alla performance, conoscere gli strumenti di pianificazione, definire un piano per confrontare i risultati attesi dall'attivazione di campagne media.

Rivolto allo staff di VisitPiemonte, con 8 incontri da 4 ore ciascuno, in cui si alterneranno interventi frontali con esercitazioni su case-study dedicati al turismo, **l'obiettivo dell'Academy** è quello di rafforzare le competenze digitali, creando un linguaggio, una cultura e degli strumenti per rendere più efficaci le varie attività promozionali dei singoli territori e dell'intera dimensione regionale.

AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE PROGETTAZIONE EUROPEA

L'importanza crescente della programmazione comunitaria nelle politiche di sviluppo locale, sia in termini di risorse disponibili sia di opportunità tematiche, può rappresentare un elemento propulsore per portare enti, imprese e associazioni ad acquisire competenze funzionali alla partecipazione a bandi regionali, nazionali ed europei, in riferimento a diversi obiettivi di crescita e sviluppo: la progettazione comunitaria diventa un fattore di opportunità per lo sviluppo strategico delle aziende. L'aspetto più complesso è sicuramente la conoscenza delle metodologie di europrogettazione, alla quale si affiancano la capacità di generare contenuti innovativi e di costruire reti e partenariati transnazionali.

Sulla base di questa necessità, si è deciso di fornire al **personale interno di VisitPiemonte e alle ATL** gli strumenti per: comprendere il panorama delle opportunità di finanziamento predisposte dall'Unione Europea; applicare le tecniche di project management per la partecipazione ai bandi europei; gestire i progetti in modo efficace.

A causa dell'emergenza sanitaria, l'erogazione del servizio si è svolta **online**. Abbiamo ricevuto 40 iscrizioni.



Tra le attività realizzate:

- ricerca e selezione del fornitore del servizio;
- pianificazione delle sessioni di lavoro;
- gestione comunicazione con i partecipanti;
- gestione del fornitore.

Gli obiettivi formativi sono stati sviluppati secondo il programma seguente erogato dall'Università SDA Bocconi:

UNIT 1: 10 giugno | h 10:00-13.15

I fondi comunitari: logiche e principi/ La politica di coesione dell'Unione Europea e i fondi SIE nel turismo e sviluppo rurale: programmi e regole ciclo 2014-2020 e proposte 2021-2027;

UNIT2: 17 giugno | h 10:00-13.15

I fondi a gestione diretta, principi e regole, con focus su turismo e sviluppo rurale; analisi di alcuni bandi/Approccio strategico ai fondi comunitari e la buona proposta progettuale: elementi per la costruzione di una richiesta di finanziamento vincente/ La costruzione del partenariato;

UNIT 3: 23 giugno | h 09:30-12:45

Gli strumenti del project management per la buona proposta progettuale: la costruzione del quadro logico per assicurare coerenza al programma di finanziamento e coerenza interna al progetto/La costruzione della WBS e degli indicatori/Costruire il budget di progetto e principi di rendicontazione;

UNIT4: 30 giugno | h 09:30-12:45

La gestione del progetto: aspetti amministrativi, gestione del partenariato; Monitoraggio e disseminazione dei risultati/Analisi di progetti di successo e discussione dei principali errori e possibili soluzioni. Sessione pratica in gruppo.



SEGRETERIA DI DIREZIONE

Le attività di Segreteria sono a supporto delle attività gestionali del Direttore Generale e dell'Amministratore Unico della Società.

Le attività **ordinarie** comprendono:

- la gestione dell'agenda del DG e l'organizzazione di eventi, riunioni e incontri tra DG e soggetti interni/esterni alla Società
- la gestione delle email relative ai seguenti account:
 - ✓ **segreteria.direzione@visitpiemonte-dmo.org:**
 - gestione appuntamenti e incontri su Google Calendar;
 - nel primo semestre sono state gestite **c.a. 1.150 email**;
 - nel periodo di **lockdown** sono pervenute in particolare **c.a. 700 email**;
 - nel mese di marzo 2020, quando la Società ha deciso di continuare il lavoro in modalità smart working a fronte dell'emergenza sanitaria, sono state predisposte le email per la comunicazione interna a tutti i dipendenti e per aggiornamenti settimanali sulle attività ai Primi Riporti;
 - sono stati riformulati gli incontri precedentemente fissati per il mese di marzo, riprogrammandoli in modalità video call attraverso un costante contatto telefonico e via email con le segreterie e/o i soggetti coinvolti. Laddove non era possibile la connessione online sono stati posticipati. A tal fine, è stata utilizzata principalmente la piattaforma GoToMeeting, con la quale sono state organizzate **c.a. 50 videocall**, gestite tramite la creazione dell'incontro sulla piattaforma e la condivisione via email del link di accesso ai partecipanti.
 - ✓ **info@visitpiemonte-dmo.org:**
 - gestione delle richieste di varie tipologie- anche dall'estero -: turistiche, di contatto, di presentazione proposte di collaborazioni, di materiale promozionale;
 - nei primi sei mesi del 2020 sono state gestite **c.a. 1.360 email**; di queste molte sono state inoltrate ai Responsabili di team di competenza oppure alle ATL interessate. Le richieste provengono;
 - nel periodo di **lockdown** sono pervenute in particolare **c.a. 800 email**, incentrate su richieste di collaborazione e su informazioni riguardanti l'emergenza sanitaria e l'ingresso in sicurezza nella nostra regione.
 - ✓ **newsletter@visitpiemonte-dmo.org:** account dedicato alle newsletter corporate, inviate periodicamente per aggiornare tutti i nostri stakeholder sulle attività portate avanti dalla Società, e MICE.
 - Nel primo semestre sono state gestite **c.a. 50 email**, la maggior parte delle quali sono risposte automatiche di strutture ricettive momentaneamente chiuse, di aggiornamento di email o richieste di essere aggiunti alla mailing list per la ricezione della newsletter.
 - ✓ **carnevaleinpiemonte@visitpiemonte-dmo.org:** account email dedicato all'iniziativa della Regione Piemonte per dare visibilità agli eventi carnevaleschi presenti su tutto il territorio e a cui i comuni hanno inviato le loro iniziative per l'inserimento nella parte dedicata sul sito di VisitPiemonte. Le iniziative ricevute sono state **c.a. 100**.

Inoltre, sono state realizzate attività a supporto dei team Comunicazione e Marketing, incluso invio e rielaborazione di materiali di raccolta informazioni indirizzati alle ATL a sostegno del piano #Ripartiturismo.

A supporto degli interventi del Direttore Generale all'interno di **eventi cultural, universitari e webinar nazionali e internazionali**, sono state predisposte e/o modificate varie **presentazioni PowerPoint**, e durante il lockdown sono stati preparati, in particolare:



- Marzo-aprile 2020: Promuovere il territorio in tempo di crisi durante e dopo l'emergenza. Riflessioni su nuovi Scenari, Trend e Comunicazione;
- Marzo-aprile 2020: Promote the territory in times of crisis during and after the emergency. Considerations on new Scenarios, Trends and Communication;
- 16 aprile 2020: Marketing e comunicazione territoriale. Il caso Piemonte (lezione online master "Progettazione, Comunicazione e Management del turismo culturale" dell'Università degli Studi di Torino);
- 15 maggio 2020: La ripartenza del turismo piemontese. VisitPiemonte racconta le leve di marketing e comunicazione per il rilancio (incontro Federalberghi Piemonte);
- 20 aprile 2020: Prassi e soluzioni per il rilancio del settore turistico. Analisi e proposte per il territorio del Verbano Cusio Ossola;
- 20 maggio 2020: Tavolo di coordinamento regionale «Ripartiturismo». Riunione plenaria (aggiornamento attività dei GdL al 20 maggio 2020);
- 26 giugno 2020: PPT riassuntivo PITEM M.I.T.O. Outdoor;
- 30 giugno 2020: Campagna di comunicazione #RipartiTurismo (incontro nella sede della Regione Piemonte);
- 30 giugno 2020: Sintesi benchmark campagne di rilancio del turismo delle principali regioni italiane (incontro nella sede della Regione Piemonte).

Alcuni estratti delle presentazioni PPT:

Oltre alla gestione dell'agenda di direzione e degli account elencati in precedenza, la Segreteria si occupa dell'aggiornamento continuativo del **database contatti** della Società e predisponde, di volta in volta, l'estrazione delle mailing list specifiche a cui inviare inviti, newsletter e altre comunicazioni di VisitPiemonte e per conto della Direzione Turismo.



La classificazione dei contatti è strutturata in modo da consentire una **lettura "a imbuto"**, dal generale al particolare, ed è connessa anche al monitoraggio dei contatti sulla piattaforma **MailUp**, tramite la quale vengono mandate le newsletter e gli inviti. Le informazioni relative a ogni contatto servono sia per orientare l'invio delle email, sia per un'analisi interna. Al mercoledì 1^a luglio 2020, i **contatti** presenti sono **8.670** (erano circa 2.000 a fine 2018).

La gestione del DB si è evoluta nell'ultimo anno e, oltre ad attività di aggiornamento periodico, **pulizia dei contatti doppi** e una **revisione della classificazione**, sta per passare **dall'attuale gestione in Excel**, ad una nuova **versione digitale attraverso la piattaforma VTiger**. L'obiettivo di tale trasformazione è quello di organizzare e strutturare al meglio il database dei contatti e ottimizzarne la gestione per tutte i Team della Società che lo utilizzano, governandone i contenuti – iscrizioni, disiscrizioni totali/parziali, etc - nel pieno rispetto delle norme di tutela dei dati personali. In parallelo, è in fase di redazione un **vademecum** in cui viene presentata la metodologia di imputazione e classificazione dei dati all'interno del database

Il nuovo sistema renderà possibile, inoltre, creazione di una reportistica ad hoc sulla composizione del database, in base ai dati delle iscrizioni, ai ruoli coinvolti e alle aree risultate di maggior interesse.

La Segreteria, inoltre, gestisce l'invio di inviti e comunicazioni varie tramite MailUp:

- **inviti a conferenze stampa o eventi e aggiornamenti singoli su progetti** portati avanti dalla Società, attraverso l'account **info@visitpiemonte-dmo.org**;
- **newsletter corporate** con cadenza mensile per aggiornare gli stakeholder sulle attività in corso
- **newsletter MICE**

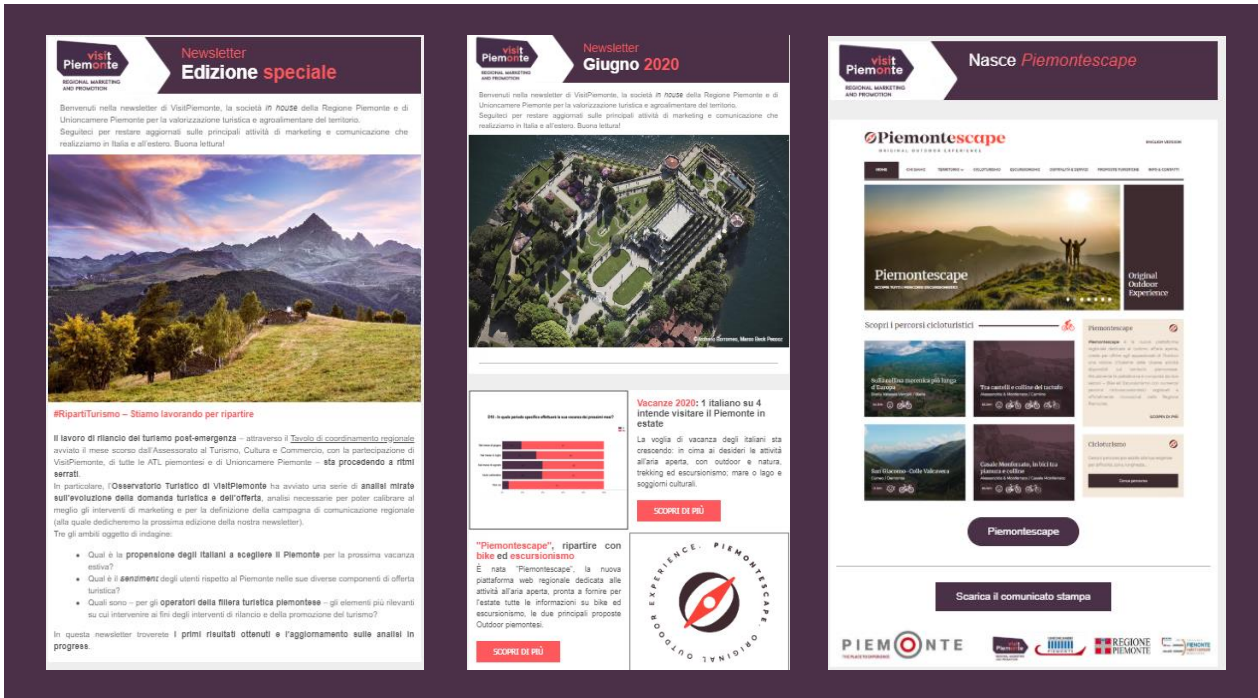
entrambe, attraverso l'account **newsletter@visitpiemonte-dmo.org**.

Nel dettaglio, nel **primo semestre 2020** sono state inviate:

- **4 invii da info@visitpiemonte-dmo.org:**
 - ✓ 5 febbraio 2020, 503 destinatari: REMIND | 2020 | Piemonte Barocco - Presentazione del programma regionale - BIT Milano domenica 9
 - ✓ 23 marzo 2020, 162 destinatari: Aggiornamento "L'essenziale è Barocco"
 - ✓ 9 giugno 2020, 214 destinatari: "L'essenziale è Barocco" | Ripresa attività
 - ✓ 19 giugno 2020, 1.163 destinatari: Nasce "Piemontescape"
- **7 invii da newsletter@visitpiemonte-dmo.org:**
 - ✓ 31 gennaio 2020, 306 destinatari: 2020 | Piemonte Barocco - Presentazione del programma regionale - Giovedì 6 febbraio ore 12:00
 - ✓ 26 febbraio 2020, 7.564 destinatari: VisitPiemonte News | Febbraio 2020
 - ✓ 6 marzo 2020, 110 destinatari: VisitPiemonte Newsletter MICE marzo 2020
 - ✓ 16 marzo 2020, 7.930 destinatari: VisitPiemonte News – Edizione straordinaria
 - ✓ 5 maggio 2020, 7.927 destinatari: VisitPiemonte News | Maggio 2020
 - ✓ 27 maggio 2020, 7.912 destinatari: VisitPiemonte News | Edizione Speciale
 - ✓ 19 giugno 2020, 8.007 destinatari: VisitPiemonte News | Giugno 2020



Alcuni estratti del template e degli invii effettuati:

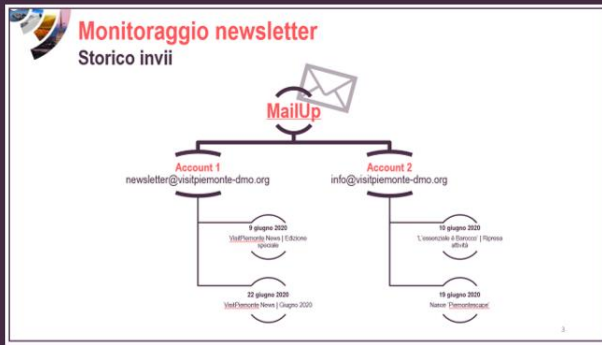


La gestione e il monitoraggio delle newsletter di VisitPiemonte prevede un'attività di concerto tra i componenti del gruppo di lavoro 'Team Progettazione – Segreteria di Direzione' e comprende i seguenti temi e passaggi:

- **Il database:**
 - ✓ aggiornamento dei contatti;
 - ✓ disposizione di un database ad hoc;
 - ✓ caricamento su MailUp;
 - ✓ revisione dei contatti in base a disiscrizioni, segnalazioni di abuso e email errate.
- **I contenuti testuali e iconografici:**
 - ✓ reperimento e/o creazione materiali;
 - ✓ adattamento al template;
 - ✓ revisione in itinere.
- **La newsletter:**
 - ✓ creazione o aggiornamento del template;
 - ✓ inserimento dei contenuti;
 - ✓ invio;
 - ✓ analisi dati;
 - ✓ monitoraggio del progresso di ricezione, aperture e clic;
 - ✓ creazione reportistica.



Alcuni estratti dal monitoraggio:





II. ATTIVITA' PROGETTUALI

PIEMONTE BAROCCO

Nel panorama artistico-culturale italiano, il Piemonte grazie ad un ricco e variegato patrimonio architettonico, pittorico e delle diverse arti che spazia dall'antichità al patrimonio egizio, dal Barocco fino alle avanguardie e alle espressioni più contemporanee.

L'obiettivo dell'iniziativa "Piemonte Barocco" è stato quello di valorizzare il Barocco piemontese come elemento narrativo forte, sia rivolto ai visitatori nazionali ed europei, sia per far riscoprire il patrimonio regionale ai residenti. Un'idea nata dalla volontà della Regione Piemonte di dare quanto rilievo alla mostra "Sfida al Barocco. Roma Torino Parigi 1680- 1750", in programma alla Reggia di Venaria dal 13 marzo, estendendo il tema del Barocco a tutto il territorio piemontese e declinandolo su più tematiche con un approccio divulgativo. La mostra rappresenta l'apice dell'impegno sul tema della Compagnia di San Paolo che, attraverso la "Fondazione 1563", vi ha dedicato negli ultimi anni un attento lavoro scientifico.

Su tale premessa, e al fine di stimolare, raccogliere e "canalizzare" le varie iniziative sul territorio regionale, VisitPiemonte ha costituito una Cabina di regia (Regione Piemonte, Città di Torino, Compagnia di San Paolo, Fondazione 1563, Reggia Venaria) e un Tavolo di Lavoro allargato, composto da circa 45 soggetti interessati al tema, tra istituzioni, ATL, enti e fondazioni culturali, musicali, associazioni di categoria, associazioni di guide turistiche, consorzi turistici e Tour Operator Incoming.

Nell'inverno 2019 è stata realizzata la nuova campagna pubblicitaria "L'essenziale è Barocco" che rientrava piano di comunicazione integrata previsto a sostegno di questo importante appuntamento. La campagna è stata scelta attraverso una selezione di evidenza pubblica a cui hanno partecipato sei agenzie di comunicazione, in condivisione con il settore turistico alberghiero piemontese (GTA, Federalberghi, Confesercenti-Asshotel), Ascom e con un rappresentante del Settore Comunicazione, Ufficio Stampa, Relazioni Esterne e URP della Regione Piemonte.

"L'essenziale è Barocco" è un progetto della Regione Piemonte, realizzato da VisitPiemonte con il contributo di Fondazione Compagnia di San Paolo, in collaborazione con la Città di Torino, il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude e Reggia di Venaria, con il supporto del FAI - Delegazione Piemonte e Valle d'Aosta, della Fondazione Torino Musei e dell'Associazione Abbonamento Musei.

Nel corso del 2019 e 2020 (I semestre) si è raccolto un palinsesto di appuntamenti, con oltre 200 eventi, che ha visto il coinvolgimento attivo di decine di associazioni, enti culturali, soggetti pubblici e privati diffusi su tutto il territorio tra i quali: le ATL-Agenzie Turistiche Locali, e le Associazioni delle Guide Turistiche Federagit e G.I.A. Piemonte.

A seguito dell'emergenza Covid-19 si è cambiata strategia di comunicazione e sono state, di continuo, aggiornate le pagine sul tema.

Inoltre sono state raccolte le informazioni dagli enti per quanto riguarda le attività, per lo più on line, che si sarebbero attivate in sostituzione degli eventi che non si potevano realizzare. Le attività sono state promosse attraverso i siti web e social media di VisitPiemonte.

"2020 | Piemonte Barocco: Presentazione del programma regionale"

Il lavoro sviluppato nel 2019 e continuato nel 2020, anche durante il periodo di lockdown, da VisitPiemonte per il coordinamento del progetto si è rivelato piuttosto complesso, in termini di varietà di soggetti coinvolti, eterogeneità delle proposte ricevute, necessità di coprire tutto il territorio e l'intero 2020.

Il tutto cercando di garantire una coerenza d'insieme tra la mostra presso la Reggia di Venaria e le iniziative "Effetto Barocco" che la Compagnia di San Paolo ha stimolato specificamente nell'area metropolitana di Torino, con tutte le altre iniziative proposte dal FAI, da Abbonamento Musei, dalle associazioni delle guide piemontesi, agli enti museali, alle associazioni culturali e di categoria e da altri soggetti territoriali.



Il progetto è stato presentato il 6 febbraio a Palazzo Madama per valorizzare le molte iniziative messe in campo dagli enti del territorio piemontese e lanciare ai giornalisti invitati le informazioni utili da diffondere in seguito a cittadini e visitatori.

Per lo svolgimento della presentazione sono state svolte le seguenti attività:

- scelta della venue, per tale attività è stato svolto un lavoro di ricerca di possibili sedi legate al tema del Barocco; grazie alla partnership con la Fondazione Torino Musei, è stato gentilmente concesso l'utilizzo gratuito del Gran Salone dei Ricevimenti come sede dell'evento;
- panel di interventi istituzionali e della cabina di regia per raccontare il progetto e i prossimi step di comunicazione;
- studio del format dell'evento con individuazione dei relatori e del moderatore;
- organizzazione della scaletta tecnica e del programma della giornata;
- preparazione dell'invito, database e invio;



- coordinamento per la realizzazione di una clip di descrizione della campagna advertising e hashtag #baroccopiemonte;
- realizzazione di video promozionale sul barocco piemontese per rendere più accattivante e divulgativo il tema del Barocco. Il video è stato condiviso con gli attori territoriali;
- richiesta di preventivi e scelta del fornitore per il service AV;
- presentazioni in ppt;
- interfaccia con gli attori della cabina di regia e operatori del territorio coinvolti nella stesura del palinsesto

di eventi;

- stesura del comunicato stampa e relativa cartella con condivisione dei diversi contenuti con Regione Piemonte e i partner di progetto;
- coordinamento dell'accredito (fase pre e durante evento);
- coordinamento con gli uffici stampa.

In quest'occasione si è presentata, attraverso una clip realizzata dal fornitore, la campagna e la linea grafica per la promozione del progetto.



Per quanto riguarda la promozione attraverso la campagna "L'essenziale è Barocco" a marzo è stato pubblicato un tabellare su Bell'Italia. Mentre a giugno si è fatto realizzare in formato PDF esecutivo una doppia pagina della campagna Barocco a tema Guarini, per l'Edizione speciale del nuovo dorso allegato de "Il Monferrato".



Inoltre a giugno si è conclusa l'attività di raccordo fra Compagnia di San Paolo e Città di Torino, infatti la Compagnia di San Paolo si era preso l'impegno di sostenere la campagna di Affissioni "L'essenziale è Barocco" realizzata da VisitPiemonte nell'ambito del più ampio progetto di promozione regionale.

Palinsesto eventi e promozione sul WEB

Per quanto riguarda la comunicazione e consultazione delle informazioni legate all'iniziativa e scoprire gli eventi su tutto il territorio piemontese è stato individuato quale sito di riferimento del progetto "L'essenziale è Barocco" il sito B2C di Visitpiemonte.com.

VisitPiemonte, per la raccolta e messa on line dei contenuti, ha realizzato e coordinato le seguenti attività:

- redazione di scheda per la raccolta degli eventi sul territorio a tema barocco, invio e archiviazione di quanto pervenuto;
- editing delle informazioni pervenute attraverso la scheda;
- individuazione di un'agenzia per la realizzazione di un aggregatore di contenuti, in modalità "calendario", per la gestione degli appuntamenti legati al Piemonte barocco;
- caricamento dei contenuti testuali e iconografici relativi ai singoli appuntamenti e alle rassegne (tradotti in lingua inglese e francese);
- editing contenuti per le pagine pillar del sito;
- interazione social con i canali istituzionali e attori del territorio.

La cucina e la tavola nel Barocco

Per raccontare il Barocco attraverso un punto di vista diverso rispetto all'architettura si è pensato, con il coinvolgimento dell'Università degli studi di Scienze Gastronomiche, una eccellenza del Piemonte, di avviare una ricerca sulla cucina e la tavola del periodo barocco in Piemonte.

L'idea di fondo era di avvicinare il largo pubblico al barocco cercando di stimolarne i sensi, incluso il gusto. La ricerca ha analizzato l'utilizzo di alcune ricette tra Seicento e Settecento legate al Piemonte, che potranno essere rielaborate e inserite in menu a tema barocco da condividere con le associazioni di categoria (Ascom e Confesercenti Torino e Piemonte) per coinvolgere i ristoranti del territorio e proporre ai visitatori e turisti la tavola barocca per un'esperienza immersiva.

La ricerca, opportunamente rielaborata e editata, sarà anche utilizzata quale omaggio per i giornalisti italiani ed esteri e operatori e turisti.

Prolungamento del Programma nel 2021

Dopo una fase di fruizione dei nostri beni artistico-culturali attraverso i canali digitali durante il periodo Covid-19, VisitPiemonte, insieme con i partner di progetto si sta preparando al rilancio del patrimonio barocco piemontese, grazie alla riapertura dei musei e alla possibilità di effettuare visite o sperimentare itinerari artistici in nuove modalità.

La ripartenza prevede un prolungamento del programma anche per il 2021, così da permettere ai visitatori italiani ed esteri di conoscere e apprezzare – in sicurezza e per un periodo di più ampio respiro – le nostre eccellenze culturali, artistiche e paesaggistiche legate al barocco.

A seguito della fine del lockdown e della lenta e progressiva riapertura degli spazi museali e delle location ospiti degli eventi main come la mostra alla Reggia Di Venaria, Palazzo Madama sull'Isola Bella del Lago Maggiore, VisitPiemonte, in raccordo con la Regione Piemonte, ha convocato in data 28 maggio, la Cabina di Regia al fine di progettare una nuovo



rilancio della campagna “L’essenziale è barocco”, dalla pianificazione media alle affissioni, dalle comunicazioni agli enti coinvolti alla raccolta degli aggiornamenti degli eventi a tema sospesi o “digitalizzati” durante l’emergenza Covid-19.

L’8 giugno si è svolta una call tra VisitPiemonte e la compagnia di San Paolo per un allineamento operativo sul calendario eventi la cui gran parte sono supportati dalla compagnia stessa sotto il programma Effetto Barocco. VisitPiemonte si è fatto carico dell’invio dell’aggiornamento attraverso una *direct mail* a tutte le istituzioni della cabina di regia, e a tutti gli enti e associazioni che avevo contribuito al palinsesto eventi “L’essenziale è Barocco”, inviata il 9 giugno scorso.

Il calendario del palinsesto “l’essenziale è Barocco”

Tutte le informazioni legate al palinsesto di eventi del territorio piemontese “L’essenziale è Barocco” sono presenti, rielaborate e aggiornate, sul sito web di promozione turistica regionale www.visitpiemonte.com

In particolare, è stata realizzata una sezione specifica dedicata all’anno del Barocco con richiamo diretto in **homepage**. La pagina è stata popolata con i contenuti del progetto, la presentazione del partenariato e le sotto-sezioni declinate nei vari temi individuati in sede di Cabina di Regia: Architettura, Arti figurative; Giardini; Musica e Teatro; Barocco a Tavola; infine creato un apposito calendario eventi. Quest’ultima sezione è stata oggetto di un intervento più strutturato in quanto, l’emergere di tante iniziative - accanto alle mostre “Sfida al Barocco” alla Venaria Reale, “Argenti Preziosi” a Palazzo Madama e l’esposizione “Vitaliano VI” all’Isola Bella sul Lago maggiore- avevano necessità di essere organizzate e rese facilmente fruibili e consultabili. Da qui la necessità di un piano operativo per rendere facilmente fruibili tutte le iniziative culturali proposte da enti del territorio cittadino e metropolitano che comprende mostre, concerti e teatro, programmi di visite a importanti siti e itinerari attraverso la regione, aperture straordinarie, convegni e laboratori a tema.

Qui di seguito una breve descrizione per la sua realizzazione.

- **Redazione e invio di una scheda** per la raccolta degli eventi sul territorio a tema barocco inviata a tutte le associazioni, fondazioni ed enti locali il 24 di gennaio con mail dedicata. Al ricevimento delle schede compilate è stata effettuata una puntuale imputazione e un successivo editing delle informazioni al fine di rendere divulgabili. Sono stati raccolti 250 eventi circa.
- **Realizzazione di un aggregatore di contenuti**, in modalità “calendario” multilingue per la gestione degli appuntamenti legati al Piemonte barocco attraverso web agency Domino.
- **Imputazione e caricamento dei contenuti testuali** e iconografici ricevuti relativi ai singoli appuntamenti e alle rassegne che sono stati tradotti in lingua inglese e francese.
- **Messa on line di 227 eventi** dedicati al Barocco il 19 febbraio.
- **Realizzazione di un piano editoriale** sui Social media per la promozione degli eventi main come pure le rassegne locali.



L'essenziale è Barocco

Oltre 200 appuntamenti a Torino e in tutto il Piemonte compongono la trama di "L'essenziale è Barocco", progetto della Regione Piemonte, realizzato da VisitPiemonte e arricchito grazie al contributo della Fondazione Compagnia di San Paolo: un corpus di iniziative culturali proposte da enti del territorio cittadino e metropolitano che comprende mostre, concerti e teatro, programmi di visite a importanti siti e itinerari attraverso la regione, aperture straordinarie, convegni e laboratori a tema. Un mosaico di eventi che offrirà per tutto il 2020 a visitatori e residenti l'opportunità di conoscere un patrimonio di enorme valore artistico.

Scopri gli eventi in calendario

Mostre	Visite	Itinerari	Musica e teatro
Eventi	Convegni	Laboratori	Barocco a Tavola

A partire dal... calendario

Fino al... calendario

In provincia di... ▼

CERCA



MOSTRA

30/05/2020 - 20/09/2020

"Sfida al Barocco. Roma Torino Parigi 1680 - 1750"

Uno straordinario percorso artistico verso la modernità: oltre 200 capolavori provenienti dai più



MOSTRA

20/07/2020 - 15/11/2020

Argenti preziosi. Opere degli argentieri piemontesi nelle collezioni di Palazzo Madama



MOSTRA

18/05/2020 - 01/11/2020

"Vitaliano VI. L'invenzione dell'Isola Bella"

La mostra prende in esame i nuovi generi pittorici amati dai Borromeo, ripercorrendo gli aspetti salienti e la

A seguito dell'emergenza Covid e della chiusura di tutte le istituzioni culturali in Italia, il calendario ha subito variazioni e legate alla chiusura delle sedi e all'apertura sul "digitale", dove possibile, degli eventi stessi. Alcuni di questi sono stati promossi sui Social Media.

Dal 4 di maggio alla luce della lenta ma progressiva riapertura degli spazi museali e delle location ospiti degli eventi main, VisitPiemonte, in raccordo con la Regione Piemonte, ha convocato in data 28 maggio, la cabina di regia al fine di progettare una nuovo rilancio della campagna "L'essenziale è Barocco", dalla pianificazione media alle affissioni, dalle comunicazioni agli enti coinvolti alla raccolta degli aggiornamenti degli eventi a tema sospesi o "digitalizzati" durante l'emergenza Covid.

L'8 giugno si è svolta una call tra VisitPiemonte e la compagnia di San Paolo per un allineamento operativo sul calendario eventi la cui gran parte sono supportati dalla compagnia stessa sotto il programma Effetto barocco. Visitpiemonte si è fatto carico dell'invio dell'aggiornamento attraverso una direct mail a tutte le istituzioni della Cabina di Regia, e a tutti gli enti e associazioni che avevo contribuito al palinsesto eventi "L'essenziale è Barocco".

La DM è stata inviata tramite Mail Up il 9 giugno.



L'essenziale è Barocco.



Gentili tutte, Egregi tutti,

A pochi giorni dalla ripresa della libera circolazione tra le regioni, che sarà presto seguita dalla riapertura dei confini nazionali, anche il mondo del turismo può ripartire con le proprie attività.

È in questa prospettiva che "L'essenziale è Barocco", dopo una fase di comunicazione e fruizione dei nostri beni artistico-culturali solo attraverso i canali digitali, **si prepara al rilancio del patrimonio barocco piemontese**, grazie alla riapertura dei musei e alla possibilità di effettuare visite o sperimentare itinerari artistici in varie modalità.

La ripartenza prevede, inoltre, un prolungamento del programma anche per il 2021, così da permettere ai visitatori italiani ed esteri di conoscere e apprezzare - in sicurezza e per un periodo di più ampio respiro - le nostre eccellenze culturali, artistiche e paesaggistiche legate al barocco.

Nel prepararci ad accogliere i turisti in vista della stagione estiva, chiediamo la vostra **cortese collaborazione per aggiornare il calendario** - già pubblicato sul nostro sito web di promozione www.visitpiemonte.com - e di **fornirci tutte le informazioni su appuntamenti, attività e iniziative** da voi ideate e/o curate, fruibili "dal vivo" con la riapertura dei vari siti.

In particolare, vi chiediamo di fornirci all'indirizzo info@visitpiemonte-dmo.org:

- riapertura del sito (laddove possibile, riportando in breve misure e norme di sicurezza adottate in ottemperanza al decreto);
- proroga di mostre, allestimenti ed eventi già previsti nell'attuale calendario;
- eventuali inaugurazioni di mostre ed eventi posticipati in precedenza;
- Cancellazione, proroga o rinvio di riaperture del sito e altre iniziative (indicare la data prevista).

Sarà cura del nostro staff dare la massima visibilità a quanto da voi comunicato attraverso i nostri consueti canali web e social e all'interno della campagna di comunicazione regionale.

Ringraziandovi per la preziosa collaborazione, **attendiamo un vostro gentile riscontro entro giovedì 11 giugno** e restiamo a vostra disposizione per ogni informazione e chiarimento in merito.

Cordiali saluti

Per contatti e comunicazioni:
info@visitpiemonte-dmo.org

Ad oggi sono state raccolte 28 schede e si è provveduto all'aggiornamento degli eventi online su visitpiemonte.com. L'attività è svolta quotidianamente al fine di offrire al visitatore un quadro aggiornato ed esaustivo del calendario eventi.

PROGETTO SPEDIZIONI PER EVENTI FIERISTICI

Premessa

In una situazione ordinaria, non di emergenza sanitaria, la partecipazione regionale alle più importanti fiere internazionali del settore turistico, sia che si tratti di eventi B2B che B2C, rientra tra le attività promozionali più richieste dagli attori del sistema turistico piemontese quali ATL, consorzi, tour operator, strutture ricettive, etc.

Questa tipologia di eventi, infatti, ha una duplice funzione: da una parte permette a istituzioni e ATL di incrementare la notorietà dei propri territori attraverso la divulgazione di informazioni e materiale promozionale, dall'altra, grazie alla presenza di un gran numero di professionalità legate al settore provenienti da tutto il mondo, consente di cogliere nuove chance di vendita e commercializzazione del proprio prodotto e di avviare nuovi rapporti commerciali volti a generare, di conseguenza, una ricaduta economica sul territorio.



Per il successo di tali attività, soprattutto per quanto concerne la parte B2C, è necessario fornire il massimo supporto organizzativo e logistico, affinché gli addetti alla diffusione di informazioni sul territorio abbiano la possibilità di mostrare e distribuire tutto il materiale cartaceo necessario per invogliare il pubblico potenzialmente interessato alla scelta del Piemonte come prossima destinazione.

A tale scopo è fondamentale che Regione Piemonte, attraverso VisitPiemonte, diventi regista delle operazioni di logistica (raccolta materiale, stoccaggio, spedizione, ricezione) coordinando e gestendo le spedizioni del materiale promozionale di tutto il territorio regionale.

Di seguito il dettaglio degli eventi per cui si è reso necessario avviare le attività.

Obiettivi

Rispetto al raggiungimento degli obiettivi generali del Piemonte in materia turistica legati al conseguimento di una maggiore internazionalizzazione sul totale degli arrivi (+50%) e del +10% sul totale del PIL regionale, VisitPiemonte ha operato secondo i seguenti obiettivi così sotto descritti:

- aumento della notorietà della destinazione Piemonte;
- divulgazione di maggiori informazioni più dettagliate su diversi territori e prodotti regionali;
- crescita dei flussi nazionali e internazionali verso il Piemonte.

Strategia

VisitPiemonte, su incarico di Regione Piemonte, ha gestito e coordinato la logistica del materiale informativo istituzionale e delle ATL in occasione di alcune importanti manifestazioni di settore che hanno avuto luogo nel 1° semestre 2020.

Azioni

Per raggiungere gli obiettivi sopra elencati, si sono proposte le seguenti azioni in condivisione con l'Assessorato alla Cultura e Turismo della Regione Piemonte - Attività turistiche, promozione dello Sport e del Tempo libero:

1. BIT Borsa Internazionale del Turismo, Milano 09/11 febbraio 2020

Regione Piemonte è tornata quest'anno alla fiera **BIT - Borsa Internazionale del Turismo**, che ha avuto luogo a **Milano** dal **9 all'11 febbraio 2020**. Si tratta di una storica manifestazione, organizzata da Fiera Milano, che dal 1980 porta nel capoluogo lombardo operatori turistici e viaggiatori da tutto il mondo.

La fiera si è tenuta a Fieramilanocity, nel centro di Milano, con una formula rinnovata che ha visto la prima giornata, domenica 9 febbraio, aperta a tutti e le giornate dell'10 e del 11 febbraio riservate ai professionisti del settore.

Da oltre trent'anni BIT favorisce l'incontro tra decision maker, esperti del settore e buyer accuratamente selezionati e profilati, provenienti dalle aree geografiche a più alto tasso di crescita economica e da tutti i settori della filiera. Un evento che è anche formativo con oltre un centinaio tra convegni e seminari sulle ultime tendenze di settore.

Regione Piemonte è stata presente con uno stand di **200 mq** in cui sono state ospitate tutte le ATL del territorio e circa 15 tra operatori e strutture ricettive; trattandosi di un evento indirizzato sia a consumatore finale che ai professionisti del travel trade, è stato necessario distribuire grandi quantità di materiale promozionale.

VisitPiemonte si è occupata quindi dei seguenti aspetti relativi alla realizzazione e gestione delle attività di cui sopra:

- richiesta preventivi;
- individuazione del fornitore;
- comunicazione con le ATL per la raccolta e lo stoccaggio del materiale;
- selezione, preparazione, imballaggio e invio del materiale regionale.



2. Fiera F.REE.E di Monaco, 19/23 febbraio 2020

Regione Piemonte è stata presente alla fiera **F.RE. E di Monaco di Baviera, 19/23 febbraio 2020**, con uno spazio espositivo di **30 mq**. La manifestazione, importantissima per intercettare i viaggiatori dell'area bavarese, è dedicata esclusivamente al pubblico e ha un focus prevalente sul turismo outdoor, molto amato nel sud della Germania.

Trattandosi di un evento indirizzato al consumatore finale, le ATL e i consorzi presenti hanno distribuito un gran numero di brochure.

VisitPiemonte si è occupata quindi dei seguenti aspetti relativi alla realizzazione e gestione delle attività di cui sopra:

- richiesta preventivi;
- individuazione del fornitore;
- comunicazione con le ATL per la raccolta e lo stoccaggio del materiale;
- selezione, preparazione, imballaggio e invio del materiale regionale;
- redazione della documentazione necessaria per trasportatori e dogane;
- ricezione in loco della spedizione e stoccaggio nello stand.

3. Fiera ITB di Berlino, 4/8 marzo 2020

L'**ITB di Berlino** è considerata la fiera di settore più importante al mondo. Anche qui era previsto che Regione Piemonte fosse presente, **4/8 marzo 2020**, con uno spazio espositivo di **60mq**.

I primi 2 giorni della manifestazione sarebbero stati dedicati al trade mentre negli ultimi 3 l'accesso sarebbe stato consentito al pubblico pagante.

VisitPiemonte si è occupata quindi dei seguenti aspetti relativi alla realizzazione e gestione delle attività di cui sopra: anche se la fiera è stata annullata pochi giorni prima rispetto all'inizio per l'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19.

- richiesta preventivi;
- individuazione del fornitore;
- comunicazione con le ATL per la raccolta e lo stoccaggio del materiale;
- selezione, preparazione, imballaggio e invio del materiale regionale;
- ricezione in loco della spedizione e stoccaggio nello stand.

4. Fiera MITT di Mosca, 17/19 marzo 2020

Il 2020 avrebbe dovuto prevedere il ritorno di Regione Piemonte, con uno spazio espositivo di **25mq**, alla **Fiera MITT di Mosca, 17/19 marzo**, evento fondamentale per intercettare il rinato turismo russo e alcuni importanti mercati asiatici confinanti. I 3 giorni di fiera sono dedicati sia al trade che al pubblico finale.

Per questa tipologia di evento si è previsto l'invio di un quantitativo nettamente inferiore di materiale, rispetto alle fiere elencate sopra, sia per via della lingua (i russi conoscono poco l'inglese) che per i costi molto alti di spedizione e dei dazi doganali.

VisitPiemonte si è occupata quindi dei seguenti aspetti relativi alla realizzazione e gestione delle attività di cui sopra:

- richiesta preventivi;
- comunicazione con le ATL per la raccolta e lo stoccaggio del materiale;
- selezione, preparazione, imballaggio e invio del materiale regionale;
- redazione della documentazione necessaria per trasportatori e dogane;
- ricezione in loco della spedizione e stoccaggio nello stand.



5. ILTM Asia Pacific, Singapore 18/21 maggio 2020

L'ultima manifestazione del 1° semestre 2020, alla quale la Regione aveva previsto di essere presente con uno spazio espositivo, era la fiera **ILTM Asia Pacific**, importante evento dedicato al luxury che avrebbe dovuto aver luogo a **Singapore, dal 18 al 21 maggio**. ILTM, organizzata ogni anno in diverse città internazionali, è tra gli eventi fieristici più efficaci per raggiungere la fascia di turismo alto spendente e sicuramente l'edizione di Singapore sarebbe stata strategica in quanto consente di intercettare molteplici mercati asiatici, nuova frontiera del turismo affluent.

Il Piemonte sarebbe stato presente con uno stand di **25 mq**, composto da un desk istituzionale, per la divulgazione di informazioni, e 4/5 postazioni in cui sarebbero stati ospitati gli operatori regionali. Si è previsto l'invio di un quantitativo nettamente inferiore di materiale, rispetto alle fiere elencate sopra, sia per via della lingua che per i costi molto alti di spedizione e dei dazi doganali.

VisitPiemonte si è occupata quindi dei seguenti aspetti relativi alla realizzazione e gestione delle attività di cui sopra:

- richiesta preventivi;
- individuazione del fornitore;
- comunicazione con le ATL per la raccolta e lo stoccaggio del materiale;
- selezione, preparazione, imballaggio e invio del materiale regionale;
- redazione della documentazione necessaria per trasportatori e dogane
- ricezione in loco della spedizione e stoccaggio nello stand.

MICE : PROGETTO CONGRESSUALE REGIONALE

Premessa

Il settore congressuale in Italia è in continua crescita e rappresenta un'opportunità per le destinazioni in quanto rappresenta un turismo di qualità con alta capacità di spesa, pari almeno al doppio di quella dei turisti leisure e quindi fonte di reddito per diverse imprese sul territorio. Il turismo congressuale non solo permette di destagionalizzare i flussi turistici, ma finanzia anche le industrie più differenti, stimolando una crescita dell'impiego. Il turismo business nel nostro Paese vale 1/5 dell'intera voce «turismo».

Il Piemonte presenta molte caratteristiche interessanti per questo segmento (il mix di strutture per incontri di business unite a enogastronomia di eccellenza e variegata attività di outdoor disponibili).

Su queste premesse, la Regione Piemonte ha deciso di potenziare la propria offerta e di creare opportunità per tutto il territorio regionale valorizzando quanto ciascuna area può proporre ed è intervenuta modificando la propria Legge 14/2016 con un emendamento inserito nella Legge 19/2018 attribuendo a VisitPiemonte-DMO il coordinamento regionale per la promozione nazionale ed estera di tale segmento.

Considerato che le competenze specifiche del turismo congressuale erano presenti all'interno del Convention Bureau Torino (inserito nella struttura dell'ATL Turismo Torino e Provincia), VisitPiemonte ha stipulato, a partire da marzo 2019, una Convenzione che prevede il distacco di specifiche risorse dell'ATL torinese, specializzate e di comprovata esperienza, per un periodo di media durata necessario per poter sviluppare e consolidare il segmento, con il sostegno economico della Regione medesima. **A causa dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, la Convenzione è stata interrotta dal 30 marzo al 31 maggio 2020.**

L'obiettivo generale del progetto è consolidare il posizionamento della destinazione Piemonte, avviato nel marzo 2019, in un panorama nazionale ed internazionale, valorizzando le sue diverse realtà per le varie tipologie di eventi del settore MICE.

Si intende fare un focus sulle 3 macro-aree maggiormente sviluppate in questo settore e con specifici target di riferimento, anche attraverso il loro coinvolgimento diretto in attività promozionali (es. principali fiere di settore internazionali):



- Torino: congressi associativi e grandi convention aziendali
- Distretto dei Laghi: convention, congressi associativi, team building, incentive e wedding
- Langhe Roero e Monferrato: piccoli meeting, team building, incentive di lusso, wedding

Per le altre aree regionali sono previsti un progressivo consolidamento sul mercato congressuale e monitoraggio dell'efficacia delle attività di comunicazione e promozione, volte a incrementare i contatti tra offerta piemontese e domanda nazionale ed estera e accrescere il numero di eventi corporate e congressuali sul territorio regionale.

A causa dell'emergenza epidemiologica da COVID-19, e della conseguente interruzione del progetto, alcune attività (MICE Academy, Coordinamento e Animazione Locale, Workshop Internazionali, Full ContactEdiman) sono state annullate.

Azioni realizzate e pianificate

Nel primo semestre, escludendo i mesi di sospensione del progetto, sono state intraprese le seguenti azioni:

ASSOCIAZIONI NAZIONALI

VisitPiemonte, in qualità di socio, si era iscritto alla Convention Nazionale di Federcongressi&eventi, che avrebbe dovuto svolgersi a Treviso il 24 e 25 febbraio, e annullata due giorni prima dell'inizio per lo scoppio dell'emergenza COVID-19. La convention è stata riprogrammata il 23 e 24 novembre sempre a Treviso.

COMUNICAZIONE

Sono state realizzate le seguenti attività di comunicazione:

- Creazione di una pagina pubblicitaria dedicata al settore MICE regionale
- Pubblicazione della pagina pubblicitaria e di un redazionale sul numero di gennaio della rivista Meeting e Congressi – International Edition, pubblicata da Ediman, con abbinata cellofanatura di 3000 copie della brochure MICE regionale
- Fornitura a ENIT Madrid di materiale (testi e foto) informativo su tutti i territori regionali da inserire nella brochure "Italia Destinazione MICE"
- Definizione di un piano di comunicazione offline e online
- Creazione di un flyer MICE per valorizzare le peculiarità e le attività dei singoli territori regionali



PIEMONTE
Elegance and authenticity
for your successful events





FIERE E ROADSHOW INTERNAZIONALI

In riferimento alla fiera IMEX Francoforte (prevista a maggio, ma poi annullata a causa dell'emergenza COVID-19), VisitPiemonte, in accordo con la Regione e le ATL, aveva richiesto a ENIT che all'interno del padiglione ITALIA venisse creato un "corner" con le postazioni delle ATL dei 3 distretti MICE (Torino, Laghi, Langhe Monferrato Roero), assegnando ad ognuna un'agenda di appuntamenti B2B coi buyer presenti in fiera, e dando a VisitPiemonte un desk istituzionale e la possibilità di fare una presentazione a un gruppo di buyer offrendo loro un coffe break a base di prodotti tipici piemontesi.

Questo format potrà essere replicato durante la prima fiera internazionale a cui sarà possibile partecipare (al momento dovrebbe essere IBTM Barcelona a dicembre).

PIEMONTE FOR WEDDINGS

Il fenomeno degli stranieri che scelgono l'Italia per il loro matrimonio si è ormai trasformato in un vero e proprio business, soprattutto per il modo in cui vengono organizzati gli eventi e per il numero di operatori economici coinvolti: si contano 60.000 operatori e 8.791 matrimoni stranieri organizzati in Italia nel solo 2018, per un totale di 1.5 milioni di presenze e un fatturato di oltre 500 milioni di euro.

Per tali ragioni VisitPiemonte, in collaborazione con il Convention Bureau Italia di cui è socio, intende avviare il progetto "Piemonte for Weddings", che tra le varie attività promozionali include anche l'organizzazione di due educational.

EDUCATIONAL

Dal 23 al 25 gennaio sono stati invitati a Torino 11 referenti (titolari) di agenzie europee che organizzano meeting, congressi e incentive per clienti aziendali. La maggior parte di loro non erano mai stati a Torino e non conoscevano l'offerta MICE del territorio. Il programma dell'educational è stato realizzato in collaborazione con Turismo Torino e Provincia Convention Bureau.



Dal 3 al 5 aprile era in programma un educational MICE nel Distretto dei Laghi, a cui avrebbero dovuto partecipare una decina di buyer internazionali, ma che è stato annullato a causa dell'emergenza COVID-19.

L'educational, inizialmente spostato a ottobre, è stato riprogrammato tra la fine di marzo e l'inizio di aprile 2021.

CONVENTION MPI ITALIA

Il Piemonte ha vinto la candidatura per ospitare la 29° edizione della convention annuale del capitolo italiano di MPI Meeting Professionals International, l'associazione mondiale dei professionisti della Meeting Industry con oltre 17.000 associati distribuiti in 75 paesi. La convention avrebbe dovuto svolgersi a Torino dal 3 al 5 luglio 2020, ma per l'emergenza epidemiologica da Covid-19 si è dovuta rimandare l'iniziativa a data da definirsi, probabilmente nella primavera 2021.

Tuttavia, per dare continuità al lavoro già svolto e per tenere alta l'attenzione sulla nostra destinazione e dare i primi segnali concreti di ripresa del settore, VisitPiemonte partecipa all'organizzazione della Pre-Convention dal titolo "Meet the ChaMPlons", un evento virtuale gratuito programmato il 3 luglio 2020 che fungerà da preludio alla Convention che verrà riprogrammata in Piemonte e che ha il vantaggio di raggiungere un'amplissima platea: nei due ultimi eventi organizzati da MPI Italia (Global Meetings Industry Day del 14/4/2020 e WeHave a Dream del 27/5/2020) hanno partecipato oltre 800 iscritti di cui circa la metà organizzatori di eventi. MPI Italia coinvolgerà tutti i capitoli e soci europei (circa 1.000 iscritti in Europa) e promuoverà l'iniziativa sulla newsletter "MPI Pulse", che viene inviata a tutti i soci nel mondo.

È inoltre allo studio un accordo con ENIT per inserire nel programma uno speaker internazionale che darebbe la possibilità di raggiungere Meeting Planner stranieri e garantire visibilità al Piemonte anche fuori dai confini nazionali.

VisitPiemonte insieme al board di MPI e al comitato locale composto da Turismo Torino e Provincia Convention Bureau, Ente del Turismo Langhe Monferrato Roero, NH Hotel Group e Nuvola Lavazza, ha deciso di realizzare questa anticipazione per invogliare a partecipare alla convention "in person" e per dare un primo assaggio delle eccellenze e possibilità offerte dal Piemonte per la Meeting Industry.

OSSERVATORIO CONGRESSUALE REGIONALE

L'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi – OICE è un progetto di ricerca promosso da Federcongressi&eventi e realizzato dall'Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali – ASERI - dell'Università Cattolica di Milano. VisitPiemonte partecipa all'osservatorio nazionale, i cui dati verranno presentati il 2 luglio, e ha inoltre commissionato il primo Osservatorio Congressuale Piemontese. Si tratta di un focus sull'attività svoltasi a Torino e in Piemonte nel 2019. È attualmente in corso la rilevazione e i dati verranno presentati a fine luglio 2020.



ALTRE ATTIVITA' PROGETTUALI

TORINO DAI MILLE GUSTI CON ASCOM E TURISMO TORINO (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa non è stata realizzata causa Covid-19)

Il Piemonte si caratterizza per una vera e propria cultura della buona cucina e del buon bere: l'enogastronomia è il tratto distintivo di ciascuna zona piemontese che si esprime in una grande varietà di ricette dolci e salate, di invenzioni, rivisitazioni ed eccellenze che dai 46 chef stellati coprono anche la cucina delle *piole*. In questo contesto, il territorio del capoluogo piemontese presenta almeno due elementi di grande rilievo che meritano di essere maggiormente valorizzati: 1) cioccolato & pasticceria; 2) gli aperitivi.

Un progetto che sarà realizzato in collaborazione con ASCOM Torino e con l'ATL Turismo Torino e provincia.

Per il settore del cioccolato, si ritiene utile integrare il progetto con la proposta del Club Criollo italo-francese che prevede un evento declinato sui temi dell'arte. Obiettivo: illustrare ai convenuti, in modo colto ma non accademico, la peculiarità del territorio, dei suoi prodotti e dei suoi personaggi illustri (ad esempio Riccardo Gualino), in una *location* di prestigio (Stupinigi o Palazzo Madama a Torino) alla presenza di 150 ospiti del mondo istituzionale e giornalistico sia italiano sia francese, tra fine ottobre e metà novembre.

L'obiettivo è quello di valorizzare le peculiarità enogastronomiche dell'area torinese evidenziandone la storia e l'originalità per stimolare nuove occasioni di visita.

A tal fine sono stati presi i primi contatti con i partner di progetto.

NOVARA E IL PIEMONTE ORIENTALE A BRUXELLES (attività propedeutiche in quanto l'iniziativa non è stata realizzata causa Covid-19)

L'obiettivo è quello di promuovere il settore agroalimentare novarese a Bruxelles, organizzando un evento dedicato alle aziende per incontri B2B. Le associazioni di categoria coinvolte nel progetto e l'ATL della Provincia di Novara intendono avvalersi delle capacità di VisitPiemonte nell'organizzazione di questo evento, con la collaborazione di CEIP e ICE (Istituto per il Commercio Estero).

L'evento sarà organizzato con la regia di VisitPiemonte (e supporto di ENIT) in collaborazione con Confartigianato Imprese Piemonte Orientale, ATL della Provincia di Novara, CEIP (e ICE) in modo da garantire una duplice valenza al progetto: creazione di opportunità commerciali per le aziende partecipanti, visibilità turistica per tutto il territorio. VisitPiemonte inoltre, individuerà una location di alto profilo e, insieme all'ATL di Novara, uno chef del territorio. Si ipotizza anche di organizzare un successivo press tour nel novarese.

A tal fine sono stati presi i primi contatti con i partner di progetto.



2. DIREZIONE AGRICOLTURA

I. ATTIVITA' ISTITUZIONALI

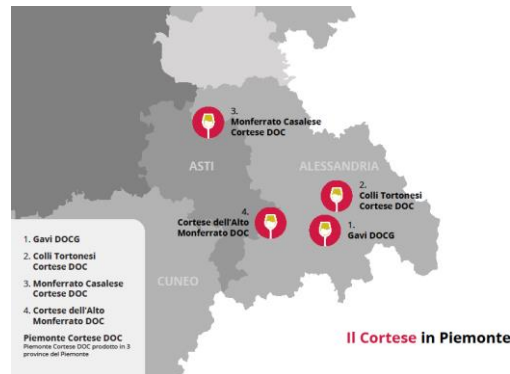
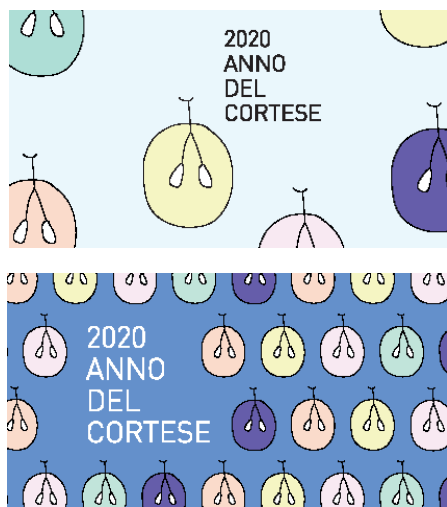
ANNO DEL CORTESE

Su incarico dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte, VisitPiemonte (Team Marketing e Comunicazione) ha realizzato un video dedicato all'Anno del Cortese, che riporta le interviste effettuate ai protagonisti di questo vitigno (i tre Consorzi di tutela dei Colli Tortonesi, del Gavi, del Barbera d'Asti e dei Vini del Monferrato e i suoi territori). Il video sarà uno degli strumenti utilizzati per promuovere il vitigno, unitamente alla mappa dei territori del Cortese visibile sul sito www.visitpiemonte.com e al calendario degli eventi ad esso dedicati.

L'obiettivo è quello di valorizzare i prodotti vitivinicoli tradizionali piemontesi meno noti sensibilizzando produttori e consumatori attraverso attività di comunicazione ed eventi.

Tra le attività realizzate:

- Recepimento di un'immagine ideata da un'artista di Artissima;
- Mappatura delle zone di produzione del vitigno oggetto di promozione;
- Realizzazione di un video sul territorio del vitigno e una serie di interviste ai protagonisti del vino in oggetto;
- Creazione di una pagina web dedicata sul sito visitpiemonte.com;
- Promozione del vitigno Cortese attraverso una campagna digital di Lead Generation.



PROMOZIONE IN GDO

Alcuni prodotti piemontesi pur essendo connotati da elevati livelli qualitativi, non sono riconoscibili dal grande pubblico o si trovano in una fase di criticità di mercato. L'idea dell'Assessorato all'Agricoltura è di supportare tali prodotti attraverso alcune attività promozionali presso la GDO.

La strategia che si intende adottare e per la quale sono stati avviati i primi contatti, è quella di stabilire azioni di sensibilizzazione del consumatore finale nei confronti dei prodotti in difficoltà.



3. UNIONCAMERE PIEMONTE

PROGETTO PIEMONTE OUTDOOR COMMISSION

Il progetto “Piemonte Outdoor Commission”, promosso e finanziato da Unioncamere e dal sistema camerale del Piemonte, nasce con l'intenzione di **creare un “sistema regionale” per lo sviluppo dell’offerta turistica Outdoor** intesa come nuovo attrattore turistico capace da un lato di **creare una nuova motivazione di visita in Piemonte** (turismo attivo declinato in numerose proposte su tutta la regione), dall'altro di **stimolare la nascita di micro imprese** che inserendosi nella filiera del turismo Outdoor ne arricchiscano l'offerta.

Il progetto, avviato nel 2019, proseguirà per un periodo di **3 anni (2020-2022)**, arco temporale necessario per poter intervenire in maniera concreta su un terreno così frammentario e complesso come quello attuale dell'offerta di turismo attivo e attività outdoor.

Il Piano 2020, alla luce della crisi Covid-19, è stato **revisionato in modo da prevedere una serie di attività “straordinarie” ed accelerate** rispetto al planning di continuità, proprio per sfruttare la potenzialità dell'offerta Outdoor a sostegno immediato, seppur tattico, degli operatori della filiera regionale.

In particolare è stato **rivisto al fine di:**

- **garantire il prosieguo dell’approccio e delle attività già avviate** in continuità con quanto fatto nel 2019 e condiviso con Unioncamere e la Cabina di Regia – formata da VisitPiemonte, Unioncamere Piemonte e sistema camerale, Regione Piemonte e Agenzie Turistiche Locali piemontesi –;
- **attivare una piattaforma Outdoor regionale e promuovere la filiera Outdoor.**

Obiettivi generali

- **rafforzare l’offerta turistica regionale** facendo leva sull'offerta di attività fruibili in Outdoor;
- **sperimentare nuove forme di turismo sostenibile e di prossimità** rivolte sia ai visitatori interessati alla vacanza esperienziale, sia ai residenti;
- **valorizzare aree meno note/marginali** puntando sull'autenticità della loro offerta.

Strategie

- **completare la mappatura** delle varie iniziative/progetti in corso sul tema outdoor su tutto il territorio piemontese;
- **sistematizzare le varie proposte** – su itinerari certificati – inserendole su una piattaforma digitale unica;
- **arricchire di contenuti e funzionalità la piattaforma** individuata per la promozione del sistema integrato Outdoor Commission, rendendola interconnessa con altre piattaforme regionali esistenti come pure con il progetto PITEM Outdoor Data, automatizzando i flussi di raccolta dati dagli operatori;
- **coinvolgere sul progetto gli operatori locali del settore turistico e sportivo** attraverso incontri, attività formative, webinar e brochure;
- **avviare gruppi tematici**, coinvolgendo altre realtà piemontesi attive sul tema outdoor: Associazioni di Categoria, Operatori turistici e sportivi, Consorzi turistici;
- **definire un piano di comunicazione** rivolto sia agli stakeholder interni (attori della filiera turistica e potenziali imprenditori locali) sia al pubblico esterno (visitatori attuali e potenziali, e residenti regionali, interessati a praticare vacanze attive e sperimentare le varie proposte outdoor);
- **avviare accordi di co-marketing con vettori aerei, ferroviari e di trasporto e con Tour Operator specializzati** al fine di incentivare l'acquisto di una vacanza outdoor in Piemonte, a partire da fine 2020/inizi 2021, in coerenza con la riapertura delle frontiere e il rilancio dei collegamenti internazionali.



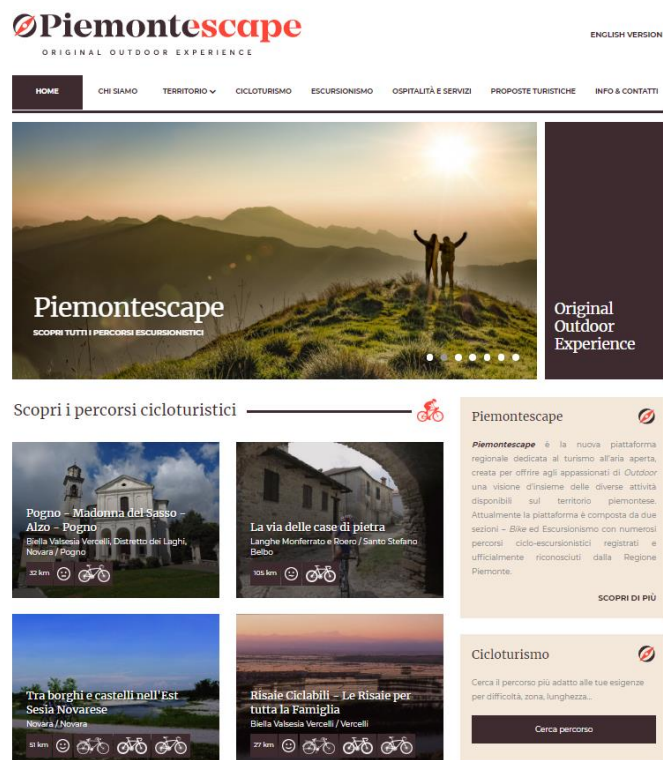
All'interno degli obiettivi e strategie complessivi, la Cabina di Regia opererà su **due livelli** che procederanno in parallelo ma con timing differente:

L'**attività ordinaria** comprende **iniziative a medio termine** (da realizzare entro dicembre 2020) per ottimizzare gli interventi urgenti e consolidare le azioni funzionali a realizzare gli obiettivi complessivi del progetto:

- **consolidamento della piattaforma web "Piemonte Outdoor Commission";**
- **allargamento Cabina di Regia e avvio dei gruppi di lavoro tematici** per stimolare l'aggregazione tra gli operatori e sviluppare nuove collaborazioni;
- **completamento mappatura progetti Outdoor in Piemonte** già avviati o in progress, così da arricchire l'offerta da pubblicare sul portale;
- prosieguo della **campagna di comunicazione;**
- avvio di **accordi di co-marketing** con vettori aerei, ferroviari e di trasporto e con Tour Operator specializzati – in coerenza con effettive possibilità di viaggio post crisi sanitaria –.

L'**attività straordinaria** riguarda **iniziative a breve termine** (da realizzare entro luglio 2020) per dare risposte concrete agli operatori e ai turisti/visitatori per il rilancio del turismo e in particolare:

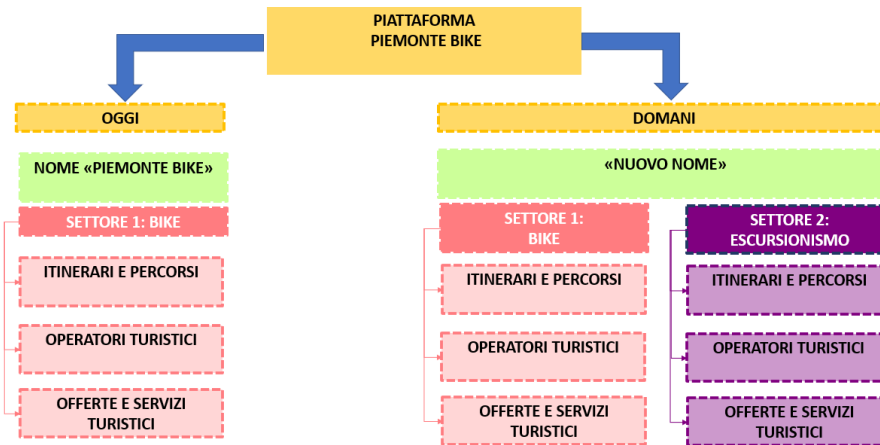
- l'attivazione di una **piattaforma Outdoor regionale** con l'offerta e i servizi turistici relativi alle due principali proposte Outdoor: **Bike ed Escursionismo**;
- la **promozione della filiera Outdoor** attraverso una **campagna di advertising nazionale**. L'attivazione della **piattaforma regionale per l'offerta Outdoor** ha visto una **velocizzazione dei tempi** stabiliti nei primi tre mesi dell'anno: a causa del lockdown, infatti, si è vista la necessità di dare un **contributo concreto e immediato alla ripresa della filiera regionale per la ripartenza**. A tale proposito, ci si è concentrati – insieme a Unioncamere Piemonte e a tutto il sistema camerale, alla Regione e alle ATL – sull'implementazione del preesistente portale dedicato in un primo momento solo al bike, Piemonte Bike, con una sezione dedicata all'**escursionismo** – le altre attività praticabili in Piemonte, golf, equitazione, sport acquatici etc. saranno oggetto di raccolta e sistematizzazione possibili solo in una fase più avanzata del progetto complessivo –: **Piemontescape** è il nuovo **nome** del portale e nuovo **brand** del progetto e del portale, che viene popolato di contenuti tramite la piattaforma SID, gestita da Enesi.





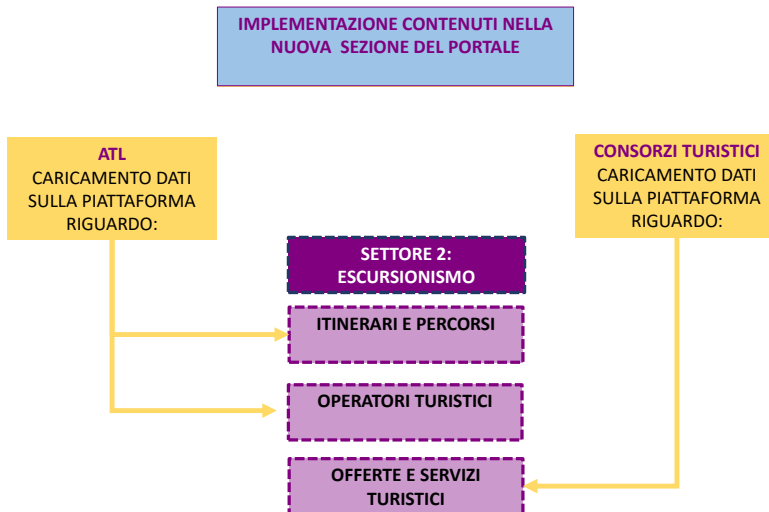
Il processo evolutivo di Piemonte Bike (avviato da maggio 2020) è sintetizzato dallo schema qui di seguito:

a) Infrastruttura del portale e la sua evoluzione

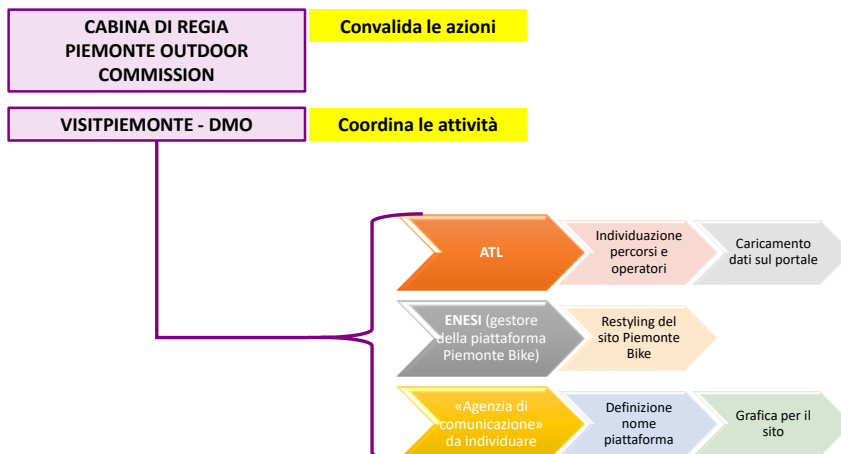


b) Implementazione e caricamento contenuti

La modalità di caricamento dei contenuti è in linea con quella già utilizzata dalle ATL per la sezione bike, con l'accesso al portale direttamente per alle ATL e/o ai Consorzi Turistici.



c) Gli attori coinvolti: chi fa cosa





In questa fase operativa e accelerata relativa all'implementazione del portale, il lavoro è stato portato avanti attraverso un confronto costante tramite call del **gruppo di lavoro ristretto** – formato da VisitPiemonte, UnionCamere Piemonte, Regione Piemonte e Agenzie Turistiche Locali piemontesi –; le decisioni congiunte hanno riguardato la scelta dei **percorsi** da caricare sul portale, la definizione dei **form** di raccolta dati delle strutture ricettive connesse ai percorsi scelti, le modalità di gestione e caricamento dei **dati** sulla piattaforma SID.



In parallelo è proseguita l'attività di **rebranding** del portale con il coinvolgimento di tutta la **Cabina di Regia** – formata da VisitPiemonte, Unioncamere Piemonte e sistema camerale, Regione Piemonte e Agenzie Turistiche Locali piemontesi –. Per rendere il sito preesistente Piemonte Bike più inclusivo con l'escursionismo, è stato fatto un "refresh" e non un vero e proprio restyling più profondo, in quanto le necessarie valutazioni dettagliate richiedevano tempi non coerenti con l'esigenza di partire al più presto, per cui si è ritenuto opportuno non modificare le attuali funzionalità della piattaforma e le logiche di ricerca, rinviando eventuali interventi più strutturali alla fase successiva da inserire nella fase del "piano ordinario". Ciò ha comportato il cambio di nome, che doveva essere più inclusivo al di là del biking, e un intervento di modifica del "look and feel" del sito e delle sezioni oggi previste, con l'aggiunta dell'escursionismo, con la collaborazione tra Enesi e delle ATL per revisionare il sito e renderlo più preciso e completo possibile.

Le proposte di **naming e tagline** sono state affidate all'agenzia di comunicazione Bellissimo. Il sito **Piemontescape – Original Outdoor Experience** è andato online venerdì **19 giugno 2020** con relativa comunicazione agli stakeholder attraverso un comunicato stampa predisposto dalla comunicazione e inviato dalla Segreteria attraverso MailUp.

Piemontescape

ORIGINAL OUTDOOR EXPERIENCE

Al contempo, è stata avviata una **campagna di comunicazione di Piemontescape** con l'obiettivo a breve termine di promuovere l'offerta piemontese di itinerari bike e escursionistici ufficiali per la stagione estiva. Il pubblico di riferimento è costituito da turisti italiani, in prevalenza delle regioni del centro-nord, interessati a praticare cicloturismo ed escursionismo, di vita all'aria aperta, turismo slow, ricerca di percorsi autentici tra storia, paesaggi inediti, borghi e proposte enogastronomiche locali. In prevalenza, coppie senza figli, famiglie, viaggiatori individuali.

Tale campagna è stata affidata, tramite gara, a un'agenzia specializzata in advertising con la richiesta di una creatività specifica e una pianificazione su testate nazionali online e offline, oltre che attività mirate sui social. Il primo post su Facebook è stato pubblicato venerdì 26 giugno 2020.

Tutto ciò si inserisce nel più ampio piano di **comunicazione regionale** che è in corso di definizione all'interno del **Tavolo di coordinamento regionale "Ripartiturismo"**, e in particolare nel **GdL3 Marketing e Comunicazione**, coordinato da VisitPiemonte.



4. PROGETTI EUROPEI

1. PITEM M.I.T.O. OUTDOOR (Promozione e valorizzazione integrata del turismo outdoor dei territori transfrontalieri)

Si tratta di un **progetto inserito nel Programma Europeo di Cooperazione Transfrontaliera Francia-Italia Alcotra 2014-2020**, che coinvolge **10 partner, 5 Regioni e 4 Dipartimenti su 50 mila chilometri quadrati di territorio, 4 progetti singoli per un investimento di 7.856.470 Euro.**

L'obiettivo è duplice: creare una strategia turistica senza confini amministrativi/geografici, unito all'obiettivo di sostenibilità ambientale nella fruizione dei territori. Il tutto, da realizzarsi attraverso un modello condiviso di governance; il coinvolgimento degli attori locali attraverso scambi di buone pratiche, valorizzazione e sviluppo delle competenze degli operatori lavorando, laddove necessario, sul miglioramento del sistema dell'accoglienza e sulla creazione di servizi. **Un processo che consentirà di sviluppare e proporre – a turisti ma anche ai residenti – una varietà di esperienze turistiche Outdoor integrate da altre componenti altrettanto importanti nelle motivazioni di viaggio: attrazioni naturalistiche, enogastronomia, proposte culturali ed artistiche.** Il tutto, fruibile in maniera facile – grazie ad una base dati interoperabile tra tutti i partner, cuore progettuale del PITEM – che consentirà ai turisti di scegliere itinerari e attività sulla vasta area dei 10 Partner: dalle Alpi della Val d'Aosta, del Piemonte e delle Regioni&Dipartimenti francesi fino al Mare della Liguria e della Costa Azzurra.

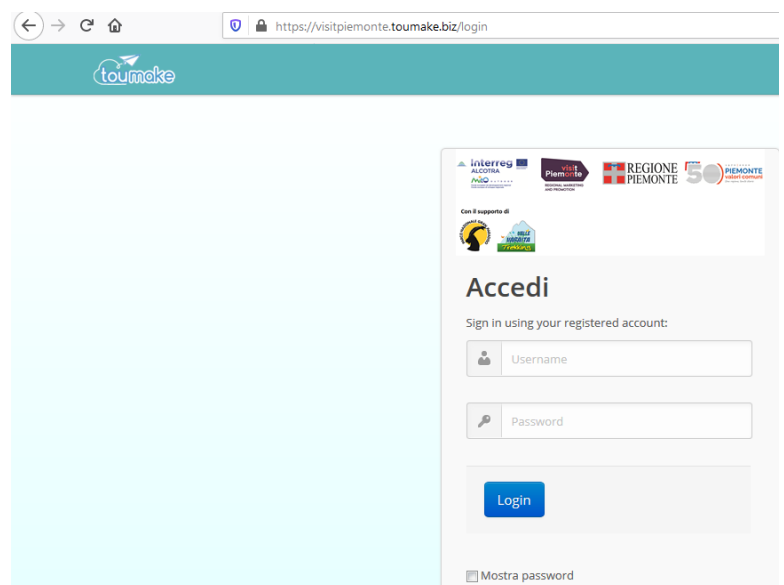
L'attività del primo semestre riferita al **Progetto di Coordinamento e Comunicazione | PCC**, si riconduce a:

- In accordo con i partner del progetto, nello scorso mese di novembre, è stata avviata la pianificazione di una ricerca transfrontaliera di un'agenzia che gestisca l'attività di comunicazione istituzionale del PITEM e l'attività di media relation. Causa emergenza sanitaria e incertezza da parte di uno dei partner l'attività era stata congelata. In data 29/04/2020 è stato organizzato un incontro online del partenariato dedicato alla ripresa dell'attività, per definire la procedura attuativa attraverso la sottoscrizione di una convenzione tra partner per la realizzazione di spese comuni. In tale ambito, l'ente ha fornito supporto al capofila nella stesura del capitolato tecnico per la ricerca del fornitore. Tale attività è attualmente ripresa e in fase di lancio.

L'attività del primo semestre riferita al **Progetto OUTDOOR DATA** si riconduce allo sviluppo delle azioni con l'ausilio degli strumenti individuati.

In particolare:

- nel corso dei primi mesi del 2020 è stata implementata la **configurazione** della piattaforma **Toumake** per la raccolta e gestione dei dati degli operatori della filiera del **turismo outdoor in Piemonte** personalizzandola verso le peculiarità del prodotto - operatori e della destinazione:
 - ✓ perimetro delle informazioni per categorie di operatori e servizi (tracciato record)
 - ✓ legende e iconografia
 - ✓ profilazione utente
 - ✓ gestione del trattamento dati.





Sono state realizzate le due mini guide di accesso e di utilizzo.



1. Accedere su <https://visitpiemonte.toumake.biz/>
2. Cliccare su LOGIN ed effettuare il login alla piattaforma utilizzando le credenziali ricevute via e-mail.
3. Quando si è entrati in TOUMAKE è necessario scegliere la lingua (italiano) andando in alto a destra dove compare la bandierina
4. Accettare la politica sulla privacy che compare nel POP Up al primo accesso.
5. Personalizzare la password cliccando in alto a destra su "Edit user info". La nuova password deve avere almeno 8 caratteri senza spazi vuoti ne caratteri speciali.
6. Quando si è entrati sulla piattaforma TOUMAKE è possibile verificare i dati che sono stati inseriti e modificarli andando su nome utente (dell'operatore) in alto a destra dove compare l'icona e cliccando su "Modifica operatore"
7. Su "Descrizione operatore" è possibile inserire un testo descrittivo di max. 1.500 caratteri
8. Verificare che l'indirizzo e-mail inserito sia corretto e senza spazi vuoti. NON possono utilizzarsi indirizzi PEC.
9. Controllare l'indirizzo della propria azienda. Per caricare l'indirizzo, ove non corrisponda a quello caricato sulla piattaforma, effettuare una ricerca su www.googlemaps.it andare sul punto nella mappa dove si trova l'operatore, cliccare col tasto destro del mouse e andare su "Cosa c'è qui?". Copiare l'ultimo rigo completo.
10. L'indirizzo per il campo Google richiede che venga copiato l'indirizzo sulla barra di navigazione della ricerca effettuata su googlemaps.
11. Il format per Twitter è @xxxx
12. Il format per i campi Facebook, Instagram, Tripadvisor è l'indirizzo sulla barra di navigazione. Dunque, <http://xxxxxxxxxx>

Ricordati che il tuo profilo DEVE ESSERE AGGIORNATO COSTANTEMENTE CON I NUOVI DATI, OGNI VOLTA CHE QUALCHE INFORMAZIONE SIA MODIFICATA

BUON LAVORO !



Una volta fatto il primo accesso è il momento di vedere le funzionalità della piattaforma.
La prima schermata che si vede è la home, con 4 bottoni principali.



- Interazioni Sociali**
Cliccando su questo bottone è possibile vedere tutti gli operatori che fanno parte del tuo itinerario con le seguenti informazioni:
NOME SERVIZIO con la descrizione, SERVIZI OFFERTI (cliccando sulla lente d'ingrandimento per visualizzare i servizi offerti da ogni struttura), SITO WEB, E-MAIL, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, SKYPE, CELL, WHATSAPP, CERTIFICAZIONI.
- Mappa**
Cliccando su questo bottone è possibile vedere sulla mappa tutti gli operatori che fanno parte del tuo itinerario.
- I tuoi eventi**
Cliccando su questo bottone è possibile vedere sulla mappa tutti gli eventi creati dagli operatori che fanno parte del tuo itinerario e creare dei nuovi.
- Servizi aggiuntivi**
Cliccando su questo bottone è possibile includere tutti i servizi di ogni operatore indicando giorni, periodo e orari per l'erogazione di questi servizi. Se ad. es. un albergo oltre al servizio di accoglienza offre servizio di ristorazione, guide, noleggio attrezzature e via dicendo, in questa sezione specificherà, anche per il suo servizio principale, le informazioni su giorni, periodo e orari per l'erogazione dei servizi.

Le **credenziali di accesso alla piattaforma Toumake** sono state inviate agli operatori nel mese di giugno. L'accesso a Toumake è disponibile alla pagina <https://www.visitpiemonte-dmo.org/pitem-outdoor-data/> ed è indicato nella pagina dedica al progetto sul sito web corporate www.visitpiemonte-dmo.org.

Le azioni di coinvolgimento con gli operatori a livello territoriale, si sono svolte con la collaborazione di due soggetti locali relativamente a due itinerari inseriti nel registro regionale e disponibili di piemonteoutdoor.it e individuati come casi studio pilota: Giro Parco e Valle Varaita Trekking.

In particolare, sono stati organizzati i seguenti incontri con gli operatori:

- Noasca (TO) il 13 febbraio per l'itinerario **Giro Parco con la collaborazione del Parco Nazionale del Gran Paradiso**,
- Brossasco (CN) il 14 febbraio per l'itinerario **Valle Varaita Trekking con il supporto dell'omonima Associazione**.





Nell'ambito di questi incontri con gli operatori è stato illustrato loro come attraverso l'accesso a Toumake e il suo utilizzo possa disporre di uno strumento in cui inserire e aggiornare i propri dati e avere a disposizione

- un luogo di incontro virtuale con gli altri operatori della destinazione attraverso una rubrica con tutti canali media sui quali sono attivi e presenti oltre a tutti i dettagli della propria anagrafica e dei servizi offerti,
- un cruscotto per la visualizzazione della comunicazione di tutti gli operatori della destinazione che hanno aderito alla piattaforma;
- indicatori di monitoraggio sulla comunicazione effettuata sui propri canali;
- un calendario eventi condiviso per stimolare il cross-selling e lo sviluppo prodotto / proposte;
- inoltre, in qualità di operatori piemontesi del turismo outdoor, saranno pubblicati, con le proprie informazioni, sul portale di promo-comunicazione regionale piemonteoutdoor.it e su eventuali altri portali web del sistema turistico regionale interoperabile con la banca dati.

Inoltre gli operatori che aderiranno alla piattaforma, saranno segnalati per le azioni sviluppate dai progetti PITEM MITO come PITEM MITO OFF volto a migliorare l'offerta outdoor e alla promozione della stessa (es. contatti verso T.O., promozione verso il grande pubblico in occasioni fieristiche, festival, etc...).

È stata data notizia degli incontri e divulgato il contenuto attraverso la newsletter di VisitPiemonte DMO e il sito web corporate <https://www.visitpiemonte-dmo.org/pitem-mito-laboratori-outdoor-data-operatori/>.

D'altra parte è stato implementato il **questionario on-line** con il corrispondente **QR-Code** che sarà veicolato attraverso gli operatori della filiera con l'ausilio di un "cartolina digitale" in fase di implementazione.



Valutazione dell'itinerario

*Campo obbligatorio

EUROPEAN UNION REGIONAL DEVELOPMENT FUND REGIONE PIEMONTE INTERREG IONIC ALPES 2014-2020

Provenienza *

Scegli

Comune (Italia) *

Scegli

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSezowL8TUha-iffVM4sEQ_yzzj2B_iPxmmuOkLQtn4jtf0zmw/viewform.

L'attività del primo semestre riferita al **Progetto OUTDOOR OFF** si riconduce a:

- Impostazione delle attività e raccordo con i Partner e con l'Autorità di gestione;
- Organizzazione del Comitato Tecnico con i partner l'11 febbraio a Torino;
- Diffusione delle iniziative realizzate sul profilo social e nella newsletter aziendale;
- Fornitura al SC il materiale redazionale e iconografico per la creazione della pagina di progetto sul sito www.interreg-alcotra.eu;
- Organizzazione di una tavola rotonda di carattere tecnico-operativo (10/02/2020 - Torino) per approfondire la conoscenza dell'offerta esistente attraverso la condivisione di esperienze e best practice, alla presenza dei soggetti istituzionali legati alla valorizzazione e promozione turistica e degli attori territoriali strategici italiani e francesi;



- Organizzazione di quattro focus group bottom up per l'individuazione degli itinerari da valorizzare e per definire i bisogni formativi con gli operatori economici della filiera outdoor (primo incontro: Alba, gennaio 2020), a seguire sono stati rimodulati incontri video conferenza (7 e 17 aprile per il territorio di Cuneo; 4 e 10 giugno per il territorio della provincia di Torino);
- Redazione del piano di marketing territoriale per condivisione con il partenariato.

2. TVA – IL TRENINO VERDE DELLE ALPI COME MOTORE DELLA MOBILITA' ECOLOGICA TRA L'OSSOLA E IL VALLESE

Il programma di Cooperazione transfrontaliera Italia Svizzera si estende su un'ampia sezione delle Alpi centro-occidentali coinvolgendo 9 province italiane e 3 Cantoni svizzeri.

Nello specifico, il progetto TVA si pone l'obiettivo di migliorare la mobilità transfrontaliera utilizzando la linea ferroviaria e creando una maggiore fruizione allargata di tutto il territorio compreso tra il Vallese Bernese e le Valli Ossolane. L'idea è di proporre soluzioni di mobilità pubblica ecosostenibili, integrate ed efficienti in grado di aumentare il numero di utenti coinvolti sia in termini di quantità che di tipologie di mobilità interessate. **Il progetto si propone anche di stimolare spostamenti "inter-modali"** dove, oltre al treno, vengano usati anche altri trasporti pubblici (bus, battelli) e individuali (bici, pedestre) sempre in un'ottica "green" e sostenibile. lungo tutto il territorio e quindi sia a valenza residenziale-lavorativa che turistica.



I Partner di progetto:

- Regione Piemonte – Direzione Opere Pubbliche Difesa del Suolo Montagna, Foreste, Protezione civile, Trasporti e Logistica (capofila parte italiana)
- Città di Briga-Glis (capofila parte svizzera)

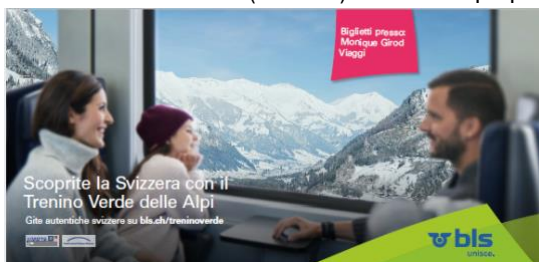


- Provincia del Verbano Cusio Ossola
- Città di Domodossola
- VisitPiemonte (DMO Piemonte Scrl)

VisitPiemonte(coinvolto dalla Regione) nel suo ruolo di soggetto esperto di marketing e comunicazione territoriale, segue le attività di comunicazione e formazione degli *stakeholder* e degli utenti finali.

Nel primo semestre, le attività svolte riguardano:

- Incontri online di stato avanzamento lavori con i partner;
- Comitato di pilotaggio online l'8 giugno;
- **Attività di comunicazione:** si è proseguito con il secondo stint dell'attività pianificata lo scorso anno, nello specifico
 - ✓ **campagna social:**
 - ✓ è stato redatto un piano editoriale per la pubblicazione dei post sul profilo Facebook TVA Experience. Sono stati pubblicati 36 post e sono state raggiunte 127.874 persone di cui 39.036 hanno interagito sul canale social commentando le tematiche proposte. Le attività social sono state bloccate a metà marzo a causa della situazione generata dalla pandemia. Di comune accordo con i partner, si è deciso di mantenere una minima attività per non perdere il ranking ottenuto e continuare a mantenere il contatto con gli utenti. Le attività promozionali sono state riprese dal 15 giugno contestualmente con la circolazione turistica in entrambe le direzioni del Trenino Verde delle Alpi;
 - ✓ **campagna offline:** pubblicazione di un'inserzione tabellare sul National Geographic del mese di marzo;
 - ✓ **partenariato e attività di co-marketing con BLS:** si è proseguito con il secondo stint dell'attività pianificata lo scorso anno, l'accordo di collaborazione con BLS era valido fino al 30 marzo 2020. Ad inizio marzo 2020, con la situazione generata dal Covid-19, si è deciso di congelare tutte le attività ancora da svolgere, nello specifico è rimasta in sospeso l'attività di Google Display Network inclusa nel marketing da compartecipare (2 mesi) che è stata posticipata dal 1° luglio al 15 agosto e dal 15 al 30 settembre. Nell'ottica di continuare le azioni di comunicazione del progetto TVA stiamo già lavorando al rinnovo dell'accordo con BLS per il periodo luglio 2020 – 30 marzo 2021 con attività istituzionali di reciproca collaborazione e di attività strategica di promozione del territorio incluso nel progetto TVA. Nello specifico, le attività pianificate sono state:
 - ✓ **campagna di affissioni:** i poster sono stati affissi principalmente esposti nelle zone dell'area del lago di Thun, Simmental, Kandertal, Altopiano svizzero, Olten, Aarau e Basilea. I siti coinvolti nella promozione sono stati gli uffici di vendita di BLS (circa 33) e nei siti di proprietà di BLS (600 circa);




- ✓ **attività di marketing digitale** su piattaforme web, unitamente ad azioni di SEO e SEM volte ad aumentare la visibilità e la conoscenza del territorio del Trenino Verde delle Alpi, campagna sul mercato svizzero (Friburgo, Neuchâtel e La Chaux-de-Fonds) e in Nord Italia attraverso banner animati;
- ✓ pubblicazione mensile sulla **newsletter di BLS** di informazioni sul territorio italiano del Trenino Verde delle Alpi con suggerimenti di viaggio e vacanze, proposte di escursioni, promozione di eventi e attività per famiglie e vacanze e informazioni utili. Iscrizioni: 40.000;
- ✓ pubblicazione di post sulla pagina di BLS di luoghi ed eventi del territorio italiano incluso nel progetto TVA; Follower 14.230 (maggio 2020);



BLS 13. Dezember 2019 · 🌐

Adventsverlosung 🌿 Runde 4: Lasst Blumen sprechen. 🌸 🌹 🌺
Gewinne 1x2 Eintrittskarten für den wunderbaren Botanischen Garten der Villa Taranto am Lago Maggiore. Inklusive zwei Tageskarten 1. Klasse bis Domodossola. Schenk uns ein Blumen-Emoji im Kommentarfeld, wenn du am Wettbewerb mitmachen möchtest. Teilnahmeschluss: Sonntag, 15.12.2019 um 23.59 Uhr.



BLS.CH
Botanischer Garten der Villa Taranto in Pallanza am Lago Maggiore - Ausflüge

👍❤️ 142 200 Kommentare 8 Mal geteilt

BLS ist 🔍 auf der Suche nach Geschenk für Dich in Domodossola. 9. Dezember 2019 · 🌐

Der beliebte Markt von Domodossola 🇮🇹 verwandelt sich am Wochenende vom 14. und 15. Dezember zum Weihnachtswunderland. 🎄 🍷 🍷 🍷 Und du weisst ja #wirbringendichhin <https://bit.ly/2LmFEzD>



👍❤️ 55 3 Kommentare 3 Mal geteilt

- ✓ **pubblicazione di un suggerimento di viaggio (Domodossola, Sacro Monte) a cura di un blogger svizzero sul sito www.traveita.ch sia nella versione in lingua italiana sia in lingua tedesca;**
- ✓ **Ticket online:** inserimento della campagna istituzionale sul biglietto online stampabile dal sito BLS a seguito della prenotazione per una tratta di viaggio. Durata: 10 febbraio-20marzo; Lingua: tedesca;



Was für ein Erlebnis!
Vom Berg nach Domodossola mit dem Powerseilzug Latschbergberg.
Der Frühling und Sommer sind keine Tage weiter auf Sie, um Ihren nächsten Abenteuer für Erkundung und Outdoor-Aktivitäten zu planen. Wandern, Radfahren, Mountainbiken, aber auch Geschichte, Kultur und Kunst.
Wohin werden Sie noch? Planen Sie Ihre Route mit dem Personalung Latschbergberg. Täglich erreichen Sie Italien und Domodossola auf einer der schönsten Alpenbahnen Europas und lassen Sie die ferne Reise toll!
www.bsl.ch

20% auf einen Eintritt ins Thermalbad Erlgenbad
Sie sind im Wellnessbereich in Valle.
Erleben Sie in Erlgenbad unsere Wellness-Oase. Thermalbäder und SPA sind das ganze Jahr über geöffnet. Von Mai bis Oktober können Sie die 100 Meter Felsenkaskade und das Olympiabad besuchen. Profitieren Sie von unserer großen Auswahl an Saunen, Dampfbädern und Wellness- und Beauty-Angeboten.
Gültig bis 31.3.2020
Max. 4 Personen pro Aufenthalt.
Gutscheine vorzugeben. Nicht kumulierbar.
www.erlgenbad.ch

Gletscherticket
In wenigen Minuten erreichen Sie ab dem BLS-Autobusstand Latschbergberg das Latschberg. Der Blick auf über 5000 Meter Höhe gibt es gratis und gegen Vorweisung des Online-Tickets im Tourismusbüro in Bille (auch am Ortstisch).
Gültig bis 31.3.2020
www.latschberg.ch

- ✓ **Materiale promozionale:** avvio procedura di gara per la realizzazione di un materiale promozionale per comunicare i territori inclusi nel progetto del Trenino Verde delle Alpi e per promuovere gli attrattori turistici, le diverse soluzioni di modalità dolce e sostenibile già presenti e fruibili dal pubblico finale, utili per andare alla scoperta delle bellezze di quei luoghi. Il lavoro è in corso, il materiale verrà realizzato solo in formato digitale.



5. ATTIVITA' AGGIUNTIVE RISPETTO AL PIANO ATTIVITA'

Sezione OSSERVATORI

TAVOLO DI MARKETING INTELLIGENCE – ENIT

A seguito del Consiglio Federale ENIT dell'8 maggio 2020, sono convocati tavoli di lavoro coinvolgendo referenti delle Regioni per definire nel più breve tempo possibile azioni di **marketing intelligence**, **strumenti b2b** e **comunicazione internazionale** a supporto del settore per una pronta ripresa del turismo italiano.

Quale referente del Piemonte al tavolo di lavoro di Marketing intelligence è stata nominata la responsabile dell'Osservatorio Turistico Regionale.

Il primo incontro di impostazione e avvio dei lavori è stato realizzato in piattaforma gotomeeting il 15 maggio 2020.

Nell'ambito dell'incontro, oltre alla presentazione dell'organizzazione dei lavori - che prevede la composizione di tre sottotavoli - e alla condivisione delle indagini e degli strumenti disponibili per valorizzare il lavoro sia a livello nazionale che localmente, i referenti ENIT hanno chiesto la collaborazione ai referenti regionali a

- inviare un "bollettino" di aggiornamento dello stato di apertura dei servizi turistici da veicolare presso le sedi estere;
- segnalare la priorità di prodotto / esperienze sulle quali le destinazioni regionali stanno investendo.

I bollettini di aggiornamento dal Piemonte da veicolare alle sedi estere sono stati inviati ad ENIT il 1^a giugno 2020 e il 17 giugno 2020.

La matrice di priorità circa i prodotti / esperienze è stata inoltrata ad ENIT il 1^a giugno 2020.

Confermando l'avvio delle verifiche, da parte dell'Ufficio Studi ENIT, in merito alla possibilità di acquistare le piattaforme di monitoraggio di più diffuso interesse regionale (aeroporti, prezzi/contenuti/disponibilità) in modalità aperta con più accessi delocalizzati, sono stati realizzati i seguenti successivi incontri del tavolo di Marketing Intelligence:

- il 26 maggio 2020 si è svolto l'incontro del sottotavolo di lavoro dedicato al monitoraggio dell'offerta ricettiva relativo ai dati sui prezzi/contenuti/disponibilità del ricettivo;
- il 27 maggio 2020 si è svolto l'incontro del sottotavolo di lavoro dedicato alle esperienze e ai prodotti turistici;
- il 15 giugno 2020 si è svolto l'incontro del sottotavolo di lavoro dedicato ai big data (voli+reputation).



Sezione MARKETING

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA RIPARTITURISMO

A far data dal mese di aprile, VisitPiemonte è stata coinvolta dapprima nella partecipazione e successivamente a livello operativo nell'organizzazione del Tavolo di coordinamento regionale RipartiTurismo, suddiviso a sua volta in tre gruppi di lavoro composti da Regione Piemonte, VisitPiemonte, ATL e sistema camerale e si sono occupati di tre tematiche specifiche:

- le modalità operative attraverso le quali sarebbe stato possibile riattivare l'offerta turistica della regione in funzione della fase 2 dell'emergenza sanitaria e step successivi, anche in funzione dei provvedimenti di sostegno finanziario previsti dalla Regione;



- **misurazione e analisi degli effetti della crisi** (in termini di domanda turistica e di offerta tramite *sentiment analysis*, *big data* e sondaggi);
- **definizione di una campagna di promozione regionale** e coordinamento della **strutturazione di nuovi prodotti** turistici adatti all'attuale emergenza e alle future evoluzioni.

Il secondo e il terzo gruppo di lavoro sono coordinati da VisitPiemonte, che si è anche occupato della Segreteria organizzativa (Team Marketing in collaborazione con la Segreteria di Direzione e i funzionari regionali preposti) del Tavolo di coordinamento in collaborazione con i funzionari della Regione Piemonte.

TAVOLO DI COORDINAMENTO ENIT/ fiere, workshop, co-marketing

A seguito del Consiglio Federale dell'8 maggio ENIT ha costituito i seguenti tavoli di lavoro ai quali VisitPiemonte partecipa:

1. Marketing intelligence;
2. Piattaforma virtuale federata Italia b2b - domanda/offerta;
3. Campagna di comunicazione internazionale.

Come illustrato nel corso del Consiglio, si tratta di tavoli di lavoro tecnici e operativi, che riferiranno successivamente in sede di Consiglio Federale.

In particolare il Team Marketing è impegnato sul Tavolo 2 che nel corso degli incontri si è evoluto e si è occupato dell'organizzazione di webinar dedicati alla presentazione delle Regioni italiane ai Paesi esteri e viceversa della situazione nei singoli Paesi esteri alle Regioni italiane.

Parallelamente il Tavolo si è occupato del monitoraggio dell'organizzazione delle fiere previste nell'autunno (WTM Londra, IBTM Londra, ILTM Cannes, IGTM Wales) e di una serie di workshop dedicati al settore Trade sul mercato europeo, su quello americano, cinese, asiatico, australiano.

WEBINAR DI AGGIORNAMENTO DURANTE EMERGENZA SANITARIA E MONITORAGGIO SETTIMANALE DEI SITI STRANIERI DEDICATI ALLA PROMOZIONE TURISTICA DEI PAESI TARGET DI RIFERIMENTO

Nel corso dell'emergenza sanitaria l'Area Marketing ha un seguito un aggiornamento costante delle tematiche legate al comparto turistico e a quello agroalimentare, sia in relazione alle problematiche connesse al Covid-19, sia relativamente ai temi più generali dedicati ai due settori.

Di seguito i "contenitori" dei webinar seguiti:

- UNWTO
- Tuscany Together
- UNCEM
- Food&Winetourism
- ConventionbureauItalia
- Guida Viaggi



Sezione COMUNICAZIONE

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE #RIPARTITURISMO

Campagna di comunicazione #RipartiTurismo

Breve premessa
Tavolo regionale per la ripartenza

L'Assessorato al Turismo, Cultura e Commercio ha avviato un tavolo di coordinamento per il rilancio del turismo piemontese con la partecipazione di VisitPiemonte, di tutte le ATL piemontesi e di Unioncamere Piemonte.

Il tavolo era organizzato in tre gruppi di lavoro.

- Gruppo 1, Sicurezza Sanitaria
Coordinato da Assessore
Capofila: ATL di Cuneo
- Gruppo 2, Misurazione e analisi effetti crisi
Coordinato da VisitPiemonte
Capofila: ATL Langhe Monferrato e Roero
- Gruppo 3, Marketing e Comunicazione
Coordinato da VisitPiemonte
Capofila: ATL Turismo Torino e Provincia

Breve premessa
1. Analisi della domanda

Per valutare il mercato potenziale, a inizio giugno si è avviato un sondaggio sulla popolazione italiana per valutare la propensione all'acquisto di un viaggio in Piemonte nel prossimo periodo.

Il 58% degli Italiani vuole partire per fare vacanza.

Di questi:

- il 25% ha intenzione di fare una vacanza in Piemonte;
- le destinazioni principali:
 - ✓ Torino e Valle di Susa con Bardonecchia e Sestrieri;
 - ✓ Langhe Monferrato Roero;
 - ✓ Valli del Curonese;
 - ✓ Lago d'Orta;
- attività preferite: attività all'aria aperta, trekking ed escursionismo o vacanza all'insegna della bicicletta;
- Motivazioni principali:
 - ✓ enogastronomia;
 - ✓ cammini spirituali.

D14 - Pensate di trascorrere/trascorrerete in Piemonte la sua vacanza dei prossimi mesi?

Intenzione di	25
Probabilmente di	33
Probabilmente di	22
Non di	18
Non di	4

Il 25% ha intenzione di fare vacanza in Piemonte.

Foto sondaggio CATI-CARF. Mido (archivio) 5

Breve premessa
2. Analisi dell'offerta

Oltre l'80% degli operatori è consapevole che i prossimi tre mesi saranno difficili per la propria attività.

In maggioranza si dichiarano preparati a riaprire l'attività.

PUNTI DI FORZA

SPECIFICI TERRITORIO E PRODOTTO:

- ✓ montagna, lago e ampi spazi
- ✓ contatto con la natura
- ✓ attività outdoor, strutture open air
- ✓ possibilità di stare all'aria aperta in tranquillità

SPECIFICI DELL'OFFERTA LOCALE:

- ✓ strutture piccole di qualità, a conduzione familiare
- ✓ elevato rapporto qualità vs prezzo

Foto sondaggio CATI-CARF. Mido (archivio) 6

#RipartiTurismo

I. Campagna tabellare
a) Visual

Breve premessa
3. Valori da trasmettere attraverso la campagna

Ai fini della campagna, sono stati raccolti i valori che caratterizzano il Piemonte chiedendo a tutte le ATL e alle Camere di Commercio di esprimersi.

7

Campagna tabellare #RipartiTurismo | ITA-FRA-ENG-DE
4 soggetti tematici a copertura trasversale di tutta la regione

La pianificazione a copertura regionale è a cura di VisitPiemonte.

Radiofonica

3

Campagna tabellare #RipartiTurismo | ITA-FRA-ENG-DE
7 declinazioni territoriali dedicate alle singole ATL

La pianificazione mezzi di questa campagna con immagini dedicate ai singoli territori è a cura di ciascuna ATL.

4 Per Biella, Vercelli e Vallesesia visual locale in fase di definizione con l'ATI di riferimento

3

#RipartiTurismo

I. Campagna tabellare

b) Pianificazione mezzi

Pianificazione mezzi #RipartiTurismo | Italia

Stampa, radio, affissioni, *digital*

In sintesi, le uscite **online e offline** nei mesi di **luglio e agosto** in Italia sono previste su:

- > **Quotidiani nazionali** (Il Sole 24 Ore, Corriere della Sera, La Repubblica, La Stampa)
- > **Riviste femminili** (Chi, Donna Moderna, IO Donna, F - Cairo, D La Repubblica)
- > **Riviste maschili** (L magazine)
- > **Riviste di viaggio** (Dove, Grazia, Bell'Italia)
- > **Riviste di informazione** (7 del Corriere)
- > **Radio** (Radio 24, Radio Montecarlo)
- > **Affissioni** (Wide Communication, circuito edicole principali città del centro-nord)
- > **Digital** (Sole 24 Ore, Viaggi - Corriere.it)

Pianificazione mezzi #RipartiTurismo | Italia

Calendario uscite estive su stampa, radio, affissioni e *digital*

EDIZIONE	TIPOLOGIA / TITOLO	DATA DI USCITA	Sett	Agosto
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	31/07/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	31/08/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/09/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	31/10/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/11/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	01/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	02/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	03/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	04/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	05/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	06/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	07/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	08/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	09/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	10/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	11/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	12/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	13/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	14/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	15/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	16/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	17/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	18/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	19/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	20/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	21/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	22/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	23/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	24/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	25/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	26/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	27/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	28/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	29/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	30/12/2020		
ITALIA ORE	Il Sole 24 Ore	31/12/2020		

Pianificazione mezzi #RipartiTurismo | Estero

Stampa e *digital*

In fase di definizione la pianificazione mezzi su mercato estero: di seguito le macro-aree

- Lonely Planet International
- Petit fute (guida turistica)
- Social Network
- Campagna digital/in programmatic
- Altri media in fase di scelta

#RipartiTurismo

II. Campagna social

a) Visual

Campagna social #RipartiTurismo

24 soggetti tra territorio e prodotti | Focus voucher

Nota: si riportano 15 soggetti a titolo esemplificativo; i restanti sono in fase di realizzazione

#RipartiTurismo

II. Campagna social

b) Pianificazione mezzi

Campagna social #RipartiTurismo

7 paesi europei | 4 lingue: ITA, ENG, FR, DE

La pianificazione si sviluppa su più soggetti territoriali che invitano all'acquisto del voucher ed è pianificata su canali digital in sette paesi europei e in quattro versioni linguistiche.

MERCATI	DATA AVVIO	USCITA					
		Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Italia, Svizzera Italiana	06/07/2020						
UK, Svezia, Danimarca, Olanda	13/07/2020						
Francia, Svizzera francese, Lussemburgo	15/07/2020						
Germania, Svizzera tedesca	17/07/2020						



Sezione SICUREZZA E PREVENZIONE

ATTIVITA' LEGATE ALLA RIAPERTURA DELLA SEDE DI VISITPIEMONTE

Al fine di riaprire la sede in sicurezza si sono gestite le attività necessarie alle modalità operative stabilite da RSPP per garantire il contenimento della diffusione del Covid-19.

Si è provveduto alla richiesta di preventivi, con sopralluoghi in sede con i fornitori, per l'acquisto di pareti anti-fiato da scrivania e totem contenenti gel igienizzante per le mani (come da procedura approvata).

ATTIVITA' PER IL TRASFERIMENTO DEGLI UFFICI DI VISITPIEMONTE DAL PIANO TERRA AL 4° PIANO DELLO STABILE DI VIA BERTOLA 34

Nel 2020 la società ha valutato la possibilità di traslocare gli uffici di VisitPiemonte dal piano terra al 4° piano dello stabile di via Bertola 34 per ragioni di spazio e di adeguatezza del luogo di lavoro rispetto alle esigenze dei lavoratori. Il trasferimento, previsto nel piano di attività approvato dai Soci lo scorso 19 febbraio, ha richiesto una serie di attività preliminari.

In fase valutativa e di contrattualizzazione sono state svolte le seguenti attività:

- sopralluogo con i referenti della proprietà;
- definizione del contratto;
- sopralluogo e incontri con RSPP;
- definizione della planimetria degli uffici con le ipotesi di postazioni;
- redazione di capitolato tecnico delle attività e lavorazioni da svolgere;
- sopralluoghi con i fornitori;
- richiesta di preventivi e scelta del fornitore per l'attività di trasloco al 4 piano;
- richiesta di preventivi per i lavori di fornitura, posa e configurazione switch Cisco e cablaggio dati fonia ed elettrico negli uffici al 4 piano;
- richiesta di preventivi per i lavori di ristrutturazione dei locali e bagni siti al 4 piano con relativa tinteggiatura di base bianca delle pareti e soffitti.



6.COMPLIANCE, PERSONALE, PROCESSI GESTIONALI E PROCUREMENT

PREMESSA

Visitpiemonte (DMO srl) è una società in “in house providing” e quindi un soggetto di controllo pubblico per il quale la legge prevede il rispetto di una serie di normative: quella anticorruzione (legge 190/2012) e quella sulla trasparenza, (legge 33/2013). Le determinazioni ANAC e, in particolare, la numero 1134 del 2017, hanno poi previsto che queste Società debbano dotarsi di un modello organizzativo gestionale ai sensi del d.lgs. 231/2001 in materia di responsabilità amministrativa degli enti per i reati commessi all'interno della propria organizzazione dalle persone fisiche. Per questo motivo l'Amministratore Unico ha previsto l'istituzione del ruolo di Responsabile Prevenzione Corruzione e Trasparenza (RPCT) nonché l'aggiornamento del piano triennale anticorruzione e trasparenza; per le stesse ragioni l'Amministratore Unico ha approvato il modello organizzativo gestionale poi ratificato dall'assemblea dei soci e ha altresì nominato l'organismo di vigilanza.

L'Amministratore Unico ha altresì disposto che il revisore unico come soggetto di controllo indipendente, procedesse all'attestazione sull'assolvimento degli obblighi di pubblicazione dei dati sul sito della società come previsto dalla delibera ANAC 141/2019. **DMO srl ha anche ottenuto l'iscrizione al registro ANAC delle società che possono ricevere affidamenti diretti dalla Regione Piemonte.**

Tutte queste attività di *compliance* normative sono state svolte dall'Amministratore Unico dalla sua entrata in carica nel maggio 2018 ad oggi.

In materia di salute e sicurezza sul lavoro, l'Amministratore Unico ha provveduto a nominare il proprio **delegato in funzione datore di lavoro** ai sensi del TESTO UNICO 81/2018, ed ha altresì provveduto all'aggiornamento del DVR e alla nomina del RSPP. Attualmente è in corso di adozione un sistema integrato di gestione della salute e sicurezza sul lavoro e dell'ambiente.

Inoltre, a seguito dell'entrata in vigore in Italia del **Regolamento Europeo sulla Protezione Dati Personali**, legge 679/2016, sono state adottate tutte le misure necessarie affinché la società fosse rispondente ai sensi di legge a tale nuova normativa.

Infine la società si è dotata di un **regolamento per la selezione del personale e del Direttore Generale** ed è in corso di adozione il **regolamento per gli incarichi affidati all'esterno.**

Dal punto di vista organizzativo è stato anche istituito un **ufficio Procurement** allo scopo di uniformare alle stesse regole di evidenza pubblica, le attività di acquisto e di spesa.

Al fine di trasformare un momento di emergenza e di rallentamento delle attività in un'opportunità di scambio e riflessione, la Società ha deciso di avviare un corso Compliance suddiviso in due sessioni della durata di 2 ore ciascuna, rivolto sia al personale di VisitPiemonte sia a quello delle ATL per un aggiornamento delle competenze:

Per lo staff di VisitPiemonte la prima sessione si è tenuta lunedì 27 aprile; per le ATL martedì 5 maggio, con l'intervento, in veste di docente, dell'**Avv. Bernardini, Organo di Vigilanza di DMO- VisitPiemonte**

- Temi trattati: modello organizzativo ai sensi del D.lgs. 231/01 e sulla legge 190/2012 anticorruzione e trasparenza.



➤ ATL partecipanti:

ATL	NUMERO PARTECIPANTI	SOGGETTI COINVOLTI
ALEXALA	4	ELISA BARBANO
		GIACOMO PASINO
		ROBERTA SARTOR
		GIOVANNI PENNO
BIELLA VALSESIA VERCELLI	2	ANDREA FERRARI
		BRUNA CERNUSCO
CUNEO	3	DANIELA SALVESTRIN
		ELENA GIORDANO
		TIZIANA AIMAR
DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI	4	SILVIA LORENZINI
		SIMONA PARACCHINI
		ELISA MONTANARI
		CECILIA TETI
LANGHE MONFERRATO ROERO	2	ELISA CASETTA
		ALESSIA CRAVANZOLA
NOVARA	3	BARBARA DE PAOLI
		PAOLA COLOMBO
		PAOLA VALLOGINI
TURISMO TORINO E PROVINCIA	2	CHIARA BENEVENUTA
		FEDERICA BORINI
TOTALE PARTECIPANTI ATL	20	

- **La seconda sessione si è tenuta martedì 16 giugno**, SESSIONE UNICA sia per lo staff di VisitPiemonte sia per le ATL. Docente: Avv. Rocco Panetta (ex assistente del Garante Privacy Prof. Rodotà)
- Temi: Privacy -protezione dei dati personali GDPR
- ATL partecipanti:

ATL	NUMERO PARTECIPANTI	SOGGETTI COINVOLTI
ALEXALA	4	ELISA BARBANO
		GIACOMO PASINO
		ROBERTA SARTOR
		GIOVANNI PENNO
BIELLA VALSESIA VERCELLI	2	ANDREA FERRARI
		BRUNA CERNUSCO
CUNEO	3	DANIELA SALVESTRIN
		ELENA GIORDANO
		TIZIANA AIMAR
DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI	4	SILVIA LORENZINI
		SIMONA PARACCHINI
		ELISA MONTANARI
		CECILIA TETI
LANGHE MONFERRATO ROERO	2	ELISA CASETTA
		ALESSIA CRAVANZOLA
NOVARA	3	BARBARA DE PAOLI
		PAOLA COLOMBO
		PAOLA VALLOGINI
TURISMO TORINO E PROVINCIA	2	CHIARA BENEVENUTA
		FEDERICA BORINI
TOTALE PARTECIPANTI ATL	20	
TOTALE PARTECIPANTI VISITPIEMONTE	23	
TOTALE ATL E VISIPIEMONTE	43	



REGOLAMENTO EUROPEO "GDPR" PROTEZIONE DATI PERSONALI

Con L'approvazione e l'entrata in vigore del regolamento 679/2016 il 25 maggio 2018 in materia di dati personali DMO ha implementato numerose misure rispetto a quelle già in essere in osservanza alla legge 196/2003.

Sono state avviate numerose attività per migliorare l'applicazione della privacy e per garantire che il trattamento dei dati personali avvenga nel rispetto dei diritti, delle libertà fondamentali, della dignità delle persone con particolare attenzione alla riservatezza ed all'identità personale.

In questo primo semestre le attività, concordate con l'**ODV della società, Avv. Bernardini**, sono state incentrate su:

- **policy aziendale - Strumenti elettronici:**
 - ✓ **CSI:** sono con contatto con il DPO del CSI per smarcare alcuni punti della policy e verificare le procedure da adottare
 - ✓ **CREATIWEB:** ho parlato con il Responsabile di Creatiweb per controllare tutti i passaggi, previsti all'interno della policy, riguardo le modalità di utilizzo della posta elettronica e la conservazione delle mail e degli allegati
- **organigramma privacy aziendale VisitPiemonte:**
- **definizioni dei ruoli interni alla società per il trattamento dei dati**
- **nomine**

Per quanto riguarda la gestione delle PEC e della firma digitale, citati all'interno del Questionario di valutazione dei rischi e dei controlli (MAPPATURA E CLASSIFICAZIONE DELLE AREE DI RISCHIO AI SENSI DEL D. LGS. 231/2001), stiamo procedendo con la stesura di determine specifiche per ciascuna delle attività: "posta elettronica PEC" e "UTILIZZO FIRMA DIGITALE" con le rispettive nomine ai dipendenti autorizzati per l'utilizzo.

Le **attività** svolte hanno riguardato:

- Aggiornamento e integrazione del registro dei trattamenti a seguito degli audit interni;
- Valutazione del rischio, aggiornata a seguito dell'aggiornamento del registro dei trattamenti;
- Atti dei consulenti, del commercialista e dei fornitori e della figura interna del DPO;
- Gestione delle attività interne;
- Modello segnalazione data breach. Registro delle violazioni;
- Organigramma delle figure interessate dal GDPR UE/2016/679;
- Nomina del titolare del trattamento;
- Nomina dei responsabili del trattamento;
- Registro delle nomine: a valle delle nomine effettuate, si decide di istituire a partire dal 2020 un registro delle nomine dei responsabili esterni (inviate/ricevute da DMO) per maggior trasparenza sulle figure privacy coinvolte nel trattamento dei dati;
- Misure tecniche e organizzative: si decide di approfondire nel corso del 2020 le azioni tecniche adottate, anche in collaborazione con il gestore della rete informatica (CSI), della posta elettronica (Creatiweb) e finalizzare la policy informatica in coerenza con il modello 231/01 adottato dall'azienda;
- Multimedia: è stata analizzata e proposta una procedura per la gestione e utilizzo del materiale fotografico e video e per l'organizzazione delle cartelle di archiviazione;
- Piano di miglioramento;
- Procedura privacy: è stato elaborato un primo schema di procedura privacy, da condividere ed approvare;
- Formazione: si è deciso di completare nel corso del 2020 il percorso di formazione iniziato nel 2019 e illustrare le procedure/policy definite e approvate;
- Gestionale privacy: si è deciso di completare nel corso del 2020 il modulo Arxivar per la gestione dei progetti DMO che prevedono il trattamento di dati personali quali fotografie e video.



PIANO TRIENNALE ANTICORRUZIONE TRASPARENZA

In data 21 aprile 2020 l'Amministratore Unico, avv. Mariagrazia Pellerino, ha nominato Responsabile della Prevenzione della Corruzione e Trasparenza, la dott.ssa Silvia Molinaro, responsabile area progettazione e segreteria di direzione in seguito alle dimissioni del precedente RPCT. Le azioni nel corso del 2020 sono state le seguenti:

- A fine gennaio è stato predisposto il **Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza per il triennio 2020-2022**;
- Il piano triennale sopra elencato è stato pubblicato sulla sezione Società Trasparente del sito web di VisitPiemonte DMO;
- Sono stati effettuati i primi incontri con i responsabili di area per la definizione delle competenze interne relative al PTPCT ed all'applicazione del MOG;
- Sono state verificate, oltre al PTPCT approvato, le eventuali carenze ed individuate le attività da porre in essere per procedere all'integrazione dei dati. L'analisi effettuata ha preso in considerazione la sezione "Società trasparente" presente sul sito istituzionale della Società, all'indirizzo www.visitpiemonte-dmo.org;
- Si è proceduto all'analisi delle sezioni e sottosezioni relative e alla verifica di quanto necessario inserite in base al dettato della Legge 33/2013 e delle recenti disposizioni di Anac. Il documento è stato redatto anche in adempimento alle prescrizioni di cui alla Legge 6 novembre 2012, n. 190 detta anche Legge anticorruzione, recante le disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella Pubblica Amministrazione;
- Facendo riferimento al Piano Triennale di prevenzione della Corruzione e della Trasparenza, è in fase preparatoria l'attività di audit rivolta ai responsabili delle posizioni organizzative, in base alla propria area di competenza, il monitoraggio sull'efficacia e sostenibilità delle azioni pianificate, individuate nel Piano, fermo restando le verifiche già previste dal Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.Lgs 231/01.
- Di concerto con l'OdV, si è provveduto alla riformulazione la procedura sul "Whistleblowing", ed è pertanto in fase di elaborazione con il CSI.

MODELLO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE

Per le ragioni indicate in premessa la società si è dotata di un modello organizzativo e gestionale ai sensi del D.lgs. 231/2001 previa analisi delle attività a rischio con individuazione dei reati rilevanti. È stato altresì nominato l'Organismo di Vigilanza che svolgerà l'attività di monitoraggio in ordine all'adeguatezza e all'efficacia del modello adottato. Il modello è stato pubblicato sul sito web della società e di esso è stata data comunicazione a tutti i dipendenti. Nei prossimi mesi verrà organizzata l'attività formativa.

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Il Delegato del datore di Lavoro per la Sicurezza e Salute dei Lavoratori – nomina dell'Amministratore Unico di DMO Piemonte s.c.r.l. (detta "VisitPiemonte"), in data 10 luglio 2018 – in adempimento alla legislazione vigente, in materia di sicurezza e salute dei lavoratori, ha coordinato e realizzato una serie di azioni necessarie per la corretta gestione delle attività.

Inoltre, ha seguito e supervisionato le attività legate alla gestione degli spazi, locati ad uso ufficio, dove la società opera. Qui a seguire la descrizione di quanto svolto.

Attività in adempimento alla normativa vigente in materia di sicurezza e legate al suo ecosistema

- Nomina rappresentante lavoratori per la sicurezza (RLS);
- Gestione dei contatti con l'RSPP societario, il Medico Competente e l'RLS;
- Attività di informazione e comunicazione delle attività svolte con l'Amministratore Unico Datore di Lavoro;
- Gestione dei contatti con i colleghi in materia di sicurezza e salute sul lavoro;
- Gestione in stretta connessione con l'RSPP e l'Amministratore Unico, delle attività formative in materia di sicurezza per i membri della società. Nel secondo semestre si è seguita l'organizzazione del corso di



aggiornamento relativo alla formazione specifica per i 13 dipendenti in scadenza e del corso di aggiornamento annuale per la figura dell'RLS.

- Stesura e condivisione delle informative sulla sicurezza ai nuovi dipendenti, agli stagisti e al personale convenzionato di Turismo Torino e Provincia;
- Gestione dei Rapporti con i referenti del Personale e relativo RSPP di Turismo Torino e Provincia e aggiornamenti con i colleghi in distacco a seguito convenzione, per quanto concerne la documentazione e gli aggiornamenti formativi in materia di sicurezza e le idoneità sanitarie;
- Gestione, coordinamento con il medico competente della calendarizzazione delle visite mediche e relative idoneità sanitarie dei dipendenti della società in scadenza e nuovi assunti;
- Calendarizzazione e partecipazione alle riunioni di aggiornamento con RSPP, Amministratore e riunioni periodiche con tutti i referenti (Amministratore Unico, RSPP, Medico Competente, RLS e la sottoscritta);
- Revisione dei verbali a seguito riunioni;
- Attività di interfaccia con l'RSPP per la revisione del DVR aziendale;
- Definizione e attuazione delle linee guida in materia di sicurezza e salute sul lavoro da declinarsi nelle diverse attività lavorative e progettuali di competenza societaria;
- Elaborazione e introduzione di un Sistema di Gestione Ambiente e Sicurezza. Attività di rielaborazione dei contenuti emersi nelle diverse riunioni per la stesura del Sistema di Gestione sopra indicato;
- Sviluppo di una metodologia per la valutazione degli impatti ambientali e implementazione di un strumento per la realizzazione sostenibile degli eventi;
- Incontri interni con l'Amministratore, l'RSPP, il consulente esterno e con i colleghi delle diverse aree, volti alla elaborazione di un "Sistema di Gestione Ambiente e Sicurezza".

Descrizione attività di gestione e manutenzione del luogo di lavoro

In questo contesto si sono svolte le seguenti attività:

- Gestione dei contatti con la proprietà legata agli spazi ad uso ufficio utilizzati;
- Gestione delle criticità contrattuali con la proprietà legate in particolare alla manutenzione degli spazi e alla rispondenza dei requisiti necessari in materia di sicurezza. Durante l'anno sono costantemente emersi problemi in merito alla temperatura dell'area vestibolo di collegamento tra i diversi uffici, su via Santa Maria.
- Gestione e contatti con la società SEPI individuata dalla proprietà per le attività di manutenzione dello stabile;
- Raccolta e gestione delle problematiche di manutenzione ordinaria necessarie al luogo di lavoro, con segnalazione del problema e coordinamento dei tecnici inviati per la risoluzione. In particolare, inerenti problemi idraulici dei bagni, manutenzione di porte finestre, dell'impianto di condizionamento/riscaldamento;
- Gestione dei contatti con i fornitori legati al servizio di rete del luogo di lavoro, con conseguente attività di coordinamento quando si verificano delle problematiche in merito;
- Raccordo tecnico per problematiche comuni con Piemonte dal Vivo (con cui si condivide l'accesso agli uffici e parte del corridoio) sia a livello di necessità legate alla manutenzione delle aree che in materia di sicurezza;
- Coordinamento e supervisione delle fasi di attuazione e successive attività di cantiere per la realizzazione del bagno disabili;
- Studio e definizione del riassetto degli uffici e spazi lavoro in virtù del nuovo organigramma societario a seguito dell'attivazione della convenzione con Turismo Torino e Provincia e l'arrivo del nuovo personale distaccato. Per questa attività si è seguita tutta la fase di preventivazione, sopralluoghi, coordinamento dei lavori e dei cantieri legati alle opere in cartongesso, decorative, di riassetto del mobilio, del cablaggio rete e telefonia;
- Sopralluoghi e incontri esplorativi, interni, con l'RSPP e con la proprietà, per la locazione di nuovi spazi ad uso ufficio nello stesso stabile di via Bertola 34. Revisione della proposta di locazione e descrizione delle lavorazioni da realizzare in capo alla proprietà in caso di affitto.



RLS – rappresentante dei lavori per la sicurezza

Il D.Lgs. 81/2008 ha ribadito la fondamentale importanza di alcune figure aziendali istituite per dare un ulteriore supporto ai lavoratori. In particolare si tratta dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS).

In questo contesto l'RLS, come stabilito dalla norma, svolge le seguenti attività:

- possibilità di accesso ai diversi locali aziendali destinati alle funzioni lavorative;
- consultazione preventiva sulla questione della valutazione dei rischi, della programmazione e della realizzazione della prevenzione aziendale in diretto contatto con l'RSPP della società e il Datore di Lavoro per definire le diverse azioni e rispondere alle norme di legge;
- consultazione sulla designazione del responsabile e degli addetti dei servizi di prevenzione, tra i quali gli incendi, il primo soccorso, l'evacuazione dei luoghi di lavoro ed il medico competente;
- ricezione delle informazioni elaborate dal servizio di vigilanza;
- promozione delle attività che attengono le misure di prevenzione per tutelare i lavoratori;
- obbligo di comunicare al datore di lavoro i rischi individuati durante il suo lavoro;
- espletamento delle attività tecnico-amministrative necessarie per rispondere alle diverse scadenze definite dalla legge in materia di sicurezza comprensive anche della definizione e strutturazione dei corsi di aggiornamento;
- preparazione delle richieste di preventivo e successivi ordini di acquisto relativi alle figure di legge necessarie RSPP e Medico Competente.

Descrizione attività manutenzione luogo di lavoro

In questo contesto si svolgono le seguenti attività:

- presenza e supporto al Delegato del Datore di Lavoro nella gestione dei contatti con la proprietà legata all'utilizzo degli spazi definiti contrattualmente;
- presenza e supporto al Delegato del Datore di Lavoro nell'ipotesi di trasferimento degli uffici dal piano terra al 4° piano dello stabile;
- raccolta e gestione delle problematiche di manutenzione ordinaria necessarie al luogo di lavoro, con segnalazione del problema e coordinamento dei tecnici inviati per la risoluzione;
- gestione dei contatti con i fornitori legati al servizio di rete del luogo di lavoro, con conseguente attività di coordinamento quando si verificano delle problematiche in merito;
- raccolta e gestione di problematiche straordinarie legate all'emergenza sanitaria.

Emergenza covid-19

Nel I semestre del 2020, come stabilito dalle misure adottate dal Governo in materia di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da CoVid-19 (Coronavirus), in applicazione di quanto disposto dal DPCM dell'11 marzo 2020 (art. 1, co.1, n. 9) e del relativo Protocollo del 14 marzo 2020, e successiva sottoscrizione del Protocollo del 24.4.2020, integrativo di quello del 14.3.2020, e ultimo DPCM del 17 maggio 2020 recante le misure in vigore dal 18 maggio, sono state recepite le disposizioni del Protocollo delle misure di contenimento della diffusione del virus Covid-19 e stabilite le modalità operative attuate dalla società per garantirne il contenimento in fase di riapertura della sede.



In tutte le diverse fasi è stata svolta una costante informazione verso i lavoratori, in raccordo con il Datore di Lavoro, il Direttore Generale, l'RLS societario, l'RSPP e il Medico Competente, in particolare, per quanto concerne tutte le azioni legate alla sorveglianza medica.

Al fine di rispondere a quanto indicato dal Governo, l'RSPP societario è stato incaricato di stilare la “**Procedura per definire le modalità di riapertura della sede di VisitPiemonte**”, successivamente allo sblocco del lockdown, in rispondenza alle misure di contenimento indicate dallo stesso Protocollo. La Procedura ha come scopo la definizione delle modalità di gestione dell'emergenza CoVid-19 al fine di prevenire la diffusione del contagio all'interno degli ambienti di lavoro ed è stata condivisa con tutti i lavoratori.

Il 10 giugno è stato costituito un **Comitato d'emergenza coordinato dal Delegato del Datore di Lavoro** per la sicurezza sul lavoro composto da: Delegato Datore di Lavoro per la sicurezza e salute sul lavoro, il Direttore Generale, l'RSPP societario, il Medico Competente e l'RLS in rappresentanza dei lavoratori.

Prima dell'apertura della sede sono state eseguite pulizie profonde di igienizzazione e sanificazione (12 giugno), inoltre sono state impostate pulizie durante la giornata di lavoro (due interventi giornalieri) e a fine turno, è stata data la disposizione più sicura dei dipendenti che sarebbero rientrati in sede, sono stati acquistati dispositivi di protezione personali e collettivi (mascherine dispenser e parafiato in plexiglass sulle scrivanie).

Lunedì 15 giugno, giorno della ripresa delle attività in sede, non sono stati segnalati problemi dai colleghi presenti. Il medico competente ha effettuato – il 23 giugno - un sopralluogo per verificare le corrette modalità di riapertura della sede, dove non si sono evidenziate problematiche.

PERSONALE

In considerazione della situazione di emergenza sanitaria legata al Covid-19, si è reso necessario, anche per VisitPiemonte, adottare la modalità di smart-working (o lavoro agile) a partire da martedì 10 marzo, in ossequio ai vari DCPM e ai Provvedimenti della Regione Piemonte. Il lavoro agile è stato adottato in modo da garantire il presidio, da parte di ciascuno dei team della Società - Amministrazione-Finanza-Personale, Comunicazione&Eventi, Marketing, Progettazione e Segreteria di Direzione, Osservatorio Turistico Regionale, MICE - di tutte le attività che si sono potute realizzare con collegamenti da remoto

Si è provveduto anche ad ottimizzare i costi della Società con particolare riguardo a quelli del personale, attraverso la richiesta di esaurimento delle ferie pregresse, maturate al 31/12 /2019, oltre che la richiesta di accesso alla Cassa Integrativa in deroga per 1,5 giorni a settimana. Tale misura, per il mese di maggio, è stata adottata per tutto il personale, invece per i mesi di giugno e luglio è stata prevista solo per gli impiegati, con un sistema a rotazione, garantendo così il prosieguo di tutte le attività necessarie svolte dalla Società a supporto della Regione Piemonte, di Unioncamere e degli operatori del settore.

AMMINISTRAZIONE E SISTEMA GESTIONALE

Lo scenario normativo nazionale e regionale in tema di società in house, le nuove forme di organizzazione aziendale e l'evoluzione della tecnologia e dei sistemi informativi, sono le ragioni che accentuano la necessità di governare agevolmente il proprio patrimonio informativo ed i processi che su di esso si snodano.

Da qui la necessità di misurare/raccogliere/valutare le attività svolte, anche per orientare le scelte strategiche della Regione Piemonte.

Nell'ambito della Gestione Aziendale, in senso stretto, questo ha determinato:

- la razionalizzazione e l'ottimizzazione delle procedure interne alla Società, puntando a migliorarne l'efficacia e l'efficienza;



- la rendicontazione degli aspetti economico-finanziari in chiave maggiormente analitica, al fine di evitare qualsivoglia spreco e di distribuire le risorse con un'attenzione costante per le esigenze del business;
- l'accrescimento delle competenze di natura gestionale, armonizzando l'organizzazione interna mirando alla crescita quali-quantitativa del servizio prestato.
- Il progetto si è sviluppato attraverso:
- la gestione e l'analisi – di sintesi e di dettaglio - delle informazioni relative alla dimensione del Personale (piattaforma Arxivar)
- l'implementazione del processo di budget per area funzionale e centro di spesa sulla piattaforma di rendicontazione (piattaforma BOARD). In particolare gli output realizzati possono essere suddivisi nel modo seguente:
- acquisizione flussi da contabilità analitica e HR;
- allocazione costi e reportistica di monitoraggio;
- work flow budget
- gli upgrade ai processi in corso per ottenere il massimo vantaggio dalla modularità degli strumenti implementati.

In ottemperanza a quanto previsto dal Decreto del Presidente Del Consiglio Dei Ministri dell'8 marzo 2020, dove si è consentita alle Società la convocazione delle assemblee di approvazione del Bilancio Consuntivo 2019 entro la fine del mese di giugno 2020, VisitPiemonte ha approvato il proprio Bilancio il 26 giugno.

Inoltre con gli uffici regionali sono stati mantenuti rapporti costanti, informando i Settore competenti della Regione circa gli stati di avanzamento degli impegni economici previsti e concordando con la Direzione Turismo la riformulazione del budget 2020 alla luce dell'emergenza Covid-19, dove alcune delle attività previste (fiere, roadshow internazionali, press trip, etc.) non sono state realizzate mentre altre sono state ridimensionate.

Al 30 giugno 2020 è scaduta la Convenzione quadro, approvata con D.G.R. n. 25-5166 del 12/06/2017 (rep. n. 131 del 21/6/2017) e successiva modifica di cui alla DGR n. 16 - 8382 del 08/02/2019, che disciplinava i rapporti tra Regione Piemonte e DMO Piemonte s.c.r.l.

Con DGR n. 18-1544 del 19/06/2020 si è provveduto a prorogare la scadenza di tale Convenzione fino al 31/12/2020 al fine di consentire gli approfondimenti richiesti dal Comitato del Controllo Analogico in merito alle modalità di valutazione delle attività e dei servizi svolti da DMO Piemonte, secondo i criteri contenuti nella DGR n. 33 – 5905 del 10 novembre 2017 "Approvazione dei principi metodologici necessari alla valutazione della congruità delle attività e dei servizi svolti da DMO, ai sensi dell'art. 192, comma 2, del Dlgs 50/2016 e s.m.i., ovvero definendo i cost driver di ribaltamento della quota consortile sulle attività istituzionali svolte dalla Società per calcolarne di costo ora/uomo medio lordo.

PROCUREMENT

L'attività svolta dall'area Procurement per VisitPiemonte durante questi primi sei mesi del 2020, oltre a svolgere le naturali funzioni, si è posta gli obiettivi di massimizzare gli aspetti di trasparenza e di tracciabilità di tutto il flusso informativo derivante dal processo di acquisizione di beni e servizi. Questo processo è stato migliorato grazie all'implementazione ad hoc dei sistemi gestionali Arxivar e Board. Tali sistemi hanno permesso alla società di procedere alla quasi completa digitalizzazione dei documenti amministrativi (es. Protocollo, Registro Ordini, fatture, modello tracciabilità flussi finanziari).

Per quanto riguarda l'iter che porta agli affidamenti, le procedure adottate fanno riferimento al Regolamento spese in economia, pubblicato sul sito internet della società, nell'area Società Trasparente sotto l'apposita sezione Disposizione ed atti generali. A partire dal gennaio 2019 a seguito delle disposizioni contenute nella legge n. 145/2018 (Legge di Bilancio 2019) incidenti sulle procedure di acquisizione di lavori, beni e servizi di valore inferiore alle soglie individuate dall'art. 35, comma 4 del d.lgs. n. 50/2016, la società, di conseguenza ha adeguato le procedure ai nuovi importi indicati nella stessa.

In questi sei mesi di attività, sono stati formalizzati secondo le rispettive procedure oltre 073 affidamenti, se si escludono quelli considerati spese economali, gli affidamenti derivati mediante procedura negoziata previa consultazione di almeno cinque operatori economici attraverso il MEPA risultano essere oltre il 46 % dei totali.



PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

 **REGIONE
PIEMONTE**

 **PIEMONTE**
valori comuni
the region. the group.



PIEMONTE
THE PLACE TO EXPERIENCE

visit
Piemonte
REGIONAL MARKETING
AND PROMOTION

UNIONCAMERE
PIEMONTE

 **REGIONE
PIEMONTE**

 **PIEMONTE**
valori comuni
the region. the group.



VisitPiemonte - DMO Piemonte srl

**Amministratore Unico
Mariagrazia Pellerino**

**Direttore Generale
Luisa Piazza**