



VISITPIEMONTE

RELAZIONE SEMESTRALE
ATTIVITA'

gennaio 2019 | giugno 2019

Torino, 18/07/2019





INDICE

PREMESSA	5
PARTE I) IL PIANO STRATEGICO	7
PARTE II) DESTINAZIONE PIEMONTE	11
A) ATTIVITA' CONTINUATIVE	13
1. OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE	13
2. CO-MARKETING	15
3. PARTENARIATI E ACCORDI DI PROMOZIONE INCROCIATA	16
4. QUADRANTI	17
5. DIGITAL ACADEMY- DIGITALE E TURISMO	17
6. VISIBILITA' NAZIONALE/INTERNAZIONALE	18
7. INCONTRI CON LE ATL	20
8. INCONTRI CON ALTRI STAKEHOLDER TERRITORIALI	21
PARTE III) PROGETTI 2019	23
A) TERRITORI	25
1. LE VALLI DI LANZO: PALESTRA OUTDOOR DI TORINO	25
2. PIEMONTE OUTDOOR COMMISSION	26
3. ITINERARI CULTURALI – SPIRITUALI	27
B) AGROALIMENTARE	30
1. 2019 ANNO DEL DOLCETTO	30
2. PATRIMONIO RISICOLO DEL PIEMONTE: CANDIDATURA UNESCO	31
3. PRESENTAZIONE E COINVOLGIMENTO CONSORZI SETTORE AGROALIMENTARE	31
4. GUIDA PRODOTTI PAT E PRODOTTI CERTIFICATI	31
C) TEMI TRASVERSALI	32
1. STATI GENERALI DEL TURISMO	32
2. OSSERVATORIO MOBILITA' TURISTICA	33
3. 500° ANNIVERSARIO MORTE DI LEONARDO	33
4. RESIDENZE SABAUDE	35
D) TURISMO CONGRESSUALE e MICE	36
E) PROGETTI EUROPEI	38
1. PITEM OUTDOOR MITO	38
2. TVA- TRENINO VERDE DELLE ALPI: BRIGA/DOMODOSSOLA	39
PARTE IV) PIANO DI COMUNICAZIONE	41
A) ROAD SHOW	49
B) BLOGGER E INFLUENCER	50
C) COMUNICAZIONE DI PRODOTTO	51
1. FIERE	51
PARTE V) COMPLIANCE	53
PREMESSA	55
A) REGOLAMENTO EUROPEO GDPR PROTEZIONE DATI PERSONALI	56
B) PIANO TRIENNALE ANTICORRUZIONE TRASPARENZA	56
C) MODELLO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE	56
D) SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	57
PARTE VI) AMMINISTRAZIONE, PROCESSI GESTIONALI E PROCUREMENT	59
A) AMMINISTRAZIONE E IL SISTEMA GESTIONALE	61
B) PROCUREMENT	61





PREMESSA

Rispetto agli anni precedenti, **DMO Piemonte**, da aprile scorso oggi rinominata **VisitPiemonte** – la società in house della Regione Piemonte per la valorizzazione del territorio in ambito turistico e agroalimentare - **si è trovata in una situazione di discontinuità a seguito del cambio dei vertici** (Amministratore Unico, a maggio 2018; Direttore Generale, ad ottobre 2018) che ne ha determinato un nuovo approccio strategico e gestionale, impostato in pieno raccordo con le strategie regionali e in condivisione con entrambi i Soci di VisitPiemonte, cioè UnionCamere, oltre alla stessa Regione.

Il contesto in cui si colloca oggi il Piemonte vede una crescente importanza del settore “turismo” inteso sempre più come leva di sviluppo economico dei territori – **fattore che, unito all’intensificarsi della competizione tra le differenti destinazioni turistiche – richiede di focalizzare l’attenzione su cosa&come si promuove il Piemonte** in modo distintivo e attrattivo nei confronti dei vari pubblici di interesse.

In tale contesto, **VisitPiemonte ha avviato un percorso di rafforzamento del proprio posizionamento sul mercato nazionale ed internazionale, in coerenza con la missione assegnatale dalla Regione Piemonte:** svolgere attività di promozione del territorio piemontese, con particolare attenzione alle dimensioni turistiche e agro-alimentari, utilizzando le leve coerenti e operando in raccordo continuativo con gli attori del territorio.

Tale riposizionamento strategico si colloca nel più ampio percorso partecipativo (promosso dall’Assessorato regionale alla Cultura e Turismo) degli “Stati Generali del Turismo Piemonte” nel corso del 2018.

Su questa premessa, le attività realizzate dal corso del primo semestre 2019 si sono sviluppate intorno a due macro-aree:

- a) **la definizione del Piano Strategico della Società**, inclusi riorganizzazione interna, ridefinizione di Vision e Mission, cambio di nome, definizione nuovo brand con pay-off e lancio della nuova identità visiva;
- b) **la presentazione del Piano di Attività ai Soci e ai principali stakeholder, e relativa implementazione**, sul territorio nazionale ed internazionale.





PARTE I) IL PIANO STRATEGICO







IL PIANO STRATEGICO DI VISITPIEMONTE

Tre le parole-chiave per sintetizzare il percorso di rinnovamento della Società *in house*.

- **La prima, approccio propositivo e partecipativo:** qualunque successo richiede un lavoro di squadra e la collaborazione con tutti gli attori del territorio, sia pubblici sia privati. In concreto, ciò significa sviluppare attività in co-progettazione con le Aziende Turistiche Locali; in *cross-promotion* con altre Società partecipate della Regione (ad esempio, CEIP, Film Commission Torino Piemonte, Piemonte dal Vivo ...) e con gli aeroporti (Sgat e Levaldigi).
- **La seconda, keyword, “da turista a visitatore”:** il focus di azione si allarga includendo, oltre ai viaggiatori, anche chi vive e lavora sul territorio (studenti e professionisti) e che fruisce del nostro patrimonio attraverso il coinvolgimento di Università, Scuole di alta formazione, la rete di “Mentor” piemontesi che lavorano all'estero.
- **La terza, sostenibilità:** intesa come visione a lungo termine degli effetti del turismo sul territorio, in una logica di rispetto delle comunità, delle identità e delle culture locali.

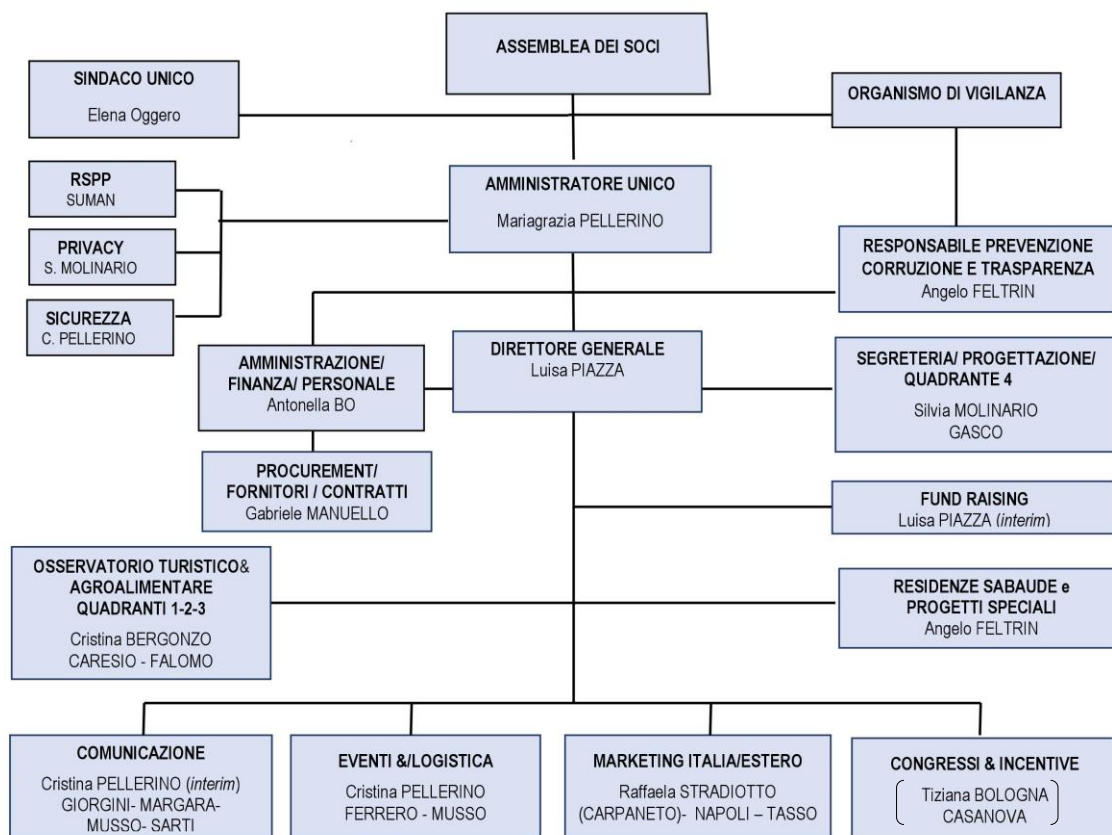
In quest'ultima prospettiva si colloca anche il nuovo filone di attività dell'Osservatorio Turistico regionale, che opera dentro VisitPiemonte, in termini di misurabilità dei risultati. Infatti, oltre ai dati statistici su arrivi e presenze - di certo un parametro fondamentale di misurazione dei risultati delle attività di promozione realizzati - è sempre più cruciale utilizzare anche altre letture di tipo quali-quantitativo per comprendere meglio il fenomeno turistico e governarlo al meglio. Big Data e Sentiment Analysis sono le due aree di sperimentazione su cui VisitPiemonte sta lavorando con Regione e altri attori del settore turistico.

Il Piano strategico si è tradotto in una riorganizzazione interna e nel “total rebranding” della società, nome, grafica, payoff e identità visiva.

- **Riorganizzazione interna:**
 - ✓ definizione di ruoli più esplicitati e l'individuazione dei responsabili dei 3 team di staff (Progettazione, Amministrazione/Finanza/Personale; Progetti Speciali e Residenze Sabaude) e di quelli di line (Marketing, Comunicazione&Eventi, Osservatorio) con l'inserimento di alcune persone in distacco da Turismo Torino per creare il team Congressi e Eventi (a seguito della modifica della Legge Reg. 14/2016 che attribuisce alla società *in house* la responsabilità regionale di questo settore turistico)
 - ✓ creazione di ruoli connessi a obblighi normativi e di compliance (Data Protection, Sicurezza, Trasparenza e Anticorruzione...)
 - ✓ ridefinizione delle *job description* di ciascun dipendente
 - ✓ formalizzazione di flussi e procedure decisionali interne
 - ✓ percorso di formazione mirata per i vari profili per rafforzarne le competenze specialistiche
- **Total rebranding** per rafforzare la visibilità del Piemonte e dell'Agenzia di valorizzazione territoriale, in un percorso che ha visto:
 - ✓ Sessioni interne con i dipendenti - attraverso metodo guidato di discussione - per stimolare la riflessione su ruolo, missione e aspirazioni della società, nel contesto del proprio mandato;
 - ✓ Esplicitazione delle frasi sintetiche di Vision e Mission
 - ✓ Individuazione del nuovo nome e di una frase sintetica evocativa: “VisitPiemonte. A surprise every day” dal 9 di aprile è la nuova denominazione con logo, colori e pay-off interamente rivisitati per trasmettere, in modo efficace e immediato, il ruolo e la mission della società di promozione turistica e valorizzazione agro-alimentare piemontese.
 - ✓ Declinazione della nuova identità visiva su tutti i supporti e i canali (email, sito web, biglietti da visita, carta intestata...)



ORGANIGRAMMA



Le risorse in () sono in temporary management da Turismo Torino



PARTE II) DESTINAZIONE PIEMONTE







A) ATTIVITA' CONTINUATIVE

L'elemento costitutivo di VisitPiemonte è connesso allo svolgimento di alcune attività essenziali di monitoraggio dati, comprensione dei fenomeni turistici, anticipazione dei trend, rappresentanza istituzionale e di marketing territoriale senza le quali sarebbe impossibile valorizzare il territorio nelle sue diverse componenti. E questo set di attività, che svolte su specifico mandato della Regione Piemonte (cfr. Legge Reg. 14/2016) non si potrebbero svolgere, al di fuori di un rapporto di in house da qualunque altro soggetto privato (Agenzie di comunicazione e PR, consulenti) in quanto prive non solo del livello specialistico necessario, ma soprattutto di quella componente di obiettività e di interesse collettivo, e di capacità di rappresentanza istituzionale che sono all'origine stessa delle società in house esistenti in Italia e all'Estero.

Su questa considerazione, il Piano 2019 ha distinto le attività proposte – e approvate dai Soci – tra attività continuative, tipicamente a carattere istituzionale, da altre più progettuali.

Tra le continuative rientrano:

1. OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE

È la struttura di rilevazione statistica 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** sui dati e le statistiche piemontesi che confluiscono nel sistema nazionale ISTAT.

Il consuntivo dei dati dei movimenti dei turisti in Piemonte nel 2018 è stato illustrato al pubblico il 25 marzo 2019 presso la sede congressi "Torino Incontra".

Nel 2018 il turismo in Piemonte ha superato per la prima volta i 15 milioni di presenze (+1,35%), arrivando a registrare oltre 5 milioni e 200 mila arrivi (+1,86). Per la provenienza dei visitatori, questa risulta essere pari al **56% dal mercato italiano e al 44% dal mercato estero**. Per il mercato straniero nel 2018 si sono registrati oltre 6,6 milioni di pernottamenti: la Germania si conferma come il primo Paese estero con una quota pari a circa il 22% del totale estero, seguita da BeNeLux e Francia, che valgono rispettivamente il 13% e il 12%. L'aumento dei flussi rispetto al 2017 riguarda maggiormente il Nord Europa, il Regno Unito, nonché Stati Uniti, Russia e Cina. Tra i mercati extra-europei di particolare interesse l'andamento di Stati Uniti (+11,8% di arrivi e +8,2% di presenze), Russia (+11% di arrivi e +6,3% di presenze) e Cina (+16,2% di arrivi e +4,8% di presenze).

La Città di Torino registra oltre 3,8 milioni di presenze (+2,2%) e circa 1.290.390 arrivi (+2,1%), con un incremento più significativo della componente straniera (+7,40% di presenze e +7,65% di arrivi).

Positivo il bilancio della **stagione invernale 2017/2018 della montagna**, che registra un +4,3% di arrivi e +11,5% di presenze. Per questa stagione sono soprattutto i flussi turistici dall'estero a trainare la crescita: +32,3% di arrivi e +41,8% di presenze.

In termini assoluti, **le Atl di Turismo Torino e Provincia e del Distretto dei Laghi si confermano come le più attrattive**: la prima supera i 7 milioni di presenze con oltre 2.500.000 arrivi, la seconda invece registra più di 1,1milioni di arrivi e quasi 3milioni 900mila presenze.

Le migliori performance, in termini di crescita, si registrano nell'Atl di Langhe e Roero (+7,4% di arrivi e +7,1% di presenze), **Torino e Provincia** (+1,6% di arrivi e +2,9% di presenze) e **nell'Atl del Cuneese** (+2,4% di arrivi e +1,8% di presenze). Di particolare interesse, inoltre, l'andamento nell'azienda turistica del Novarese: qui gli arrivi nel 2018 sono aumentati del 16,6% (superando quota 220mila), le presenze segnano invece +5,6%.

Nel corso del primo semestre 2019, **l'Osservatorio ha evaso oltre 90 richieste di elaborazione dati** per soddisfare le richieste ricevute da soggetti pubblici e privati.



Inoltre, tali dati sono stati illustrati in numerosi eventi pubblici, presso tavoli di lavoro locali e presso le Università:

- Corso di imprenditorialità il 28 febbraio a Torino
- Università degli Studi di Torino l'11 aprile presso il corso di Economia aziendale a Scienze del Turismo
- Confindustria Canavese il 23 aprile
- Tavolo della sezione Turismo e Cultura dell'Unione Industriale Biellese

L'elemento di forte novità 2019, per l'Osservatorio e tutto il sistema turistico piemontese, è rappresentato dalla decisione della Regione Piemonte di investire nel rinnovo della precedente piattaforma necessaria per l'acquisizione dei dati dei flussi turistici. Il nuovo strumento (ROSS 1000), denominato "Piemonte Dati Turismo" permetterà alle strutture ricettive di adempiere agli **obblighi amministrativi dell'invio dei dati dei flussi turistici e della comunicazione delle caratteristiche e prezzi in maniera molto più snella e all'Osservatorio di avere una migliore e più completa vista dei movimenti turistici, incluse rilevazioni sul settore extra-alberghiero finora di difficile reperimento** (es. Airbnb)

La messa online della nuova piattaforma è avvenuta il 1° aprile scorso, con l'obiettivo di raccogliere l'adesione di 2.000 strutture per il suo utilizzo nel corso dell'anno. Il piano attività, realizzato dall'Osservatorio, si è sviluppato in 3 fasi:

- configurazione
- comunicazione
- formazione con 13 incontri territoriali tra febbraio e marzo rivolti ai titolari / gestori / operatori delle strutture ricettive e con i referenti delle province e delle ATL.

Nel mese di giugno si è rilevato che gli utenti / strutture ricettive che hanno utilizzato il nuovo servizio "Piemonte Dati Turismo" per l'invio dei dati statistici sono oltre 3.000.

Per supportare le strutture ricettive 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 primo semestre, il supporto offerto ha riguardato 1.042 strutture via telefono e la gestione di oltre 2.400 mail, di cui circa 1.000 gestite in via digitale e le restanti via telefono.

Accanto alla parte più squisitamente statistica sopra descritta, **l'Osservatorio ha avviato anche un'altra riflessione che fa parte dell'approccio più complessivo indicato nel piano Strategico di VisitPiemonte 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 di tipo quali-quantitativo 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 sta sviluppando un sistema di misurazione volto a individuare del "Key Performance Indicator" – condivisi con gli altri attori e le associazioni del settore turistico – attraverso l'uso di BigData e la rilevazione della reputazione della nostra regione, tramite "Sentiment analysis". Il progetto è stato impostato per ottenere un cruscotto di indicatori di valutazione basati sulle recensioni on-line della destinazione Piemonte e altri parametri.



2. CO-MARKETING

VisitPiemonte e **SNCF Voyages Italia**, l'azienda di trasporti internazionali francese, hanno concluso un accordo per la promozione del Piemonte sulla piattaforma "**Oui-SNCF**", il portale di viaggi più utilizzato in Francia.

Il protocollo di collaborazione tra VisitPiemonte e SNCF Voyages Italia nasce all'insegna del **rafforzamento dei rapporti tra Francia e Piemonte**, regione che anche nel 2018 si è confermata tra le mete predilette dai viaggiatori francesi.

Per il 2019 sono previste tre campagne di promozione, di cui due tramite banner in fase di prenotazione biglietti – la prima è andata in linea tra maggio/giugno, la seconda è prevista in ottobre/novembre- a cui si aggiunge un'uscita con newsletter interamente dedicata a tutto il Piemonte, in concomitanza con le promozioni post-vacanze di SNCF (settembre). Il primo flight di campagna è stato dedicato alle celebrazioni di Leonardo a Torino e in Piemonte, soggetto che si alterna con l'apertura della Collezione Cerruti al Castello di Rivoli.

Il target destinatario delle campagne di promozione (area Parigi allargate e Lione, le città collegate tramite TGV con Torino) è stimato di 1,2 milioni di viaggiatori profilati.

Nel frattempo, sono stati presi contatti con Italo e Trenitalia che al momento non si sono ancora concretizzati. Nel secondo semestre c'è l'intenzione di procedere anche con altre società di trasporto internazionale.





3. PARTENARIATI E ACCORDI DI PROMOZIONE INCROCIATA

VisitPiemonte ha stabilito accordi di collaborazione continuativa e uno scambio di competenze per rafforzare la destinazione Piemonte con diversi attori che possono contribuire alla visibilità e reputazione della regione.

SAGAT SPA – AEROPORTO DI TORINO E GEAC S.P.A – AEROPORTO LEVALDIGI

La collaborazione con gli aeroporti, con obiettivo di:

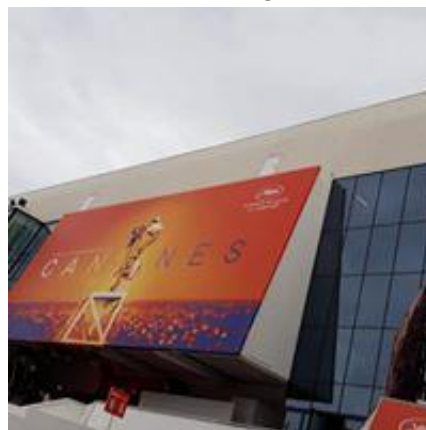
- comunicazione visiva di benvenuto nelle rispettive sale arrivi
- posizionamento della destinazione Piemonte verso potenziali visitatori e investitori
- sviluppo di iniziative ed eventi per la valorizzazione della regione come destinazione turistica
- sviluppo di strumenti di comunicazione e promozione nell'ambito di fiere, workshop
- sviluppo di attività di co-marketing con vettori aerei
- azioni comuni per il miglioramento della mobilità integrata da e per l'aeroporto da Torino verso il resto del Piemonte

Tra le priorità di intervento, si è deciso di realizzare una campagna di affissioni multisoggetto per dare il benvenuto a chi atterra negli aeroporti piemontesi, che declinata su tutti i temi che caratterizzano in via prioritaria le attrazioni piemontesi, sia in grado di accogliere in modo visivo molto coinvolgente i visitatori. La vestizione delle due aree arrivi è prevista entro l'estate.

FILM COMMISSION TORINO E PIEMONTE

L'accordo siglato tra Film Commission Torino Piemonte (FCTP) e VisitPiemonte prevede un reciproco sostegno in attività di marketing territoriale legate al "Brand Piemonte": dalla realizzazione di video promozionali attraverso le immagini di opere filmiche realizzate sul territorio, alla condivisione di archivi fotografici, database di location, backstage cinematografici, fino all'organizzazione di eventi promozionali per i rispettivi target di riferimento. **La collaborazione con FCTP è un'ottima opportunità di valorizzare ulteriormente lo straordinario patrimonio culturale del Piemonte in chiave cinematografica e audiovisiva, proponendo la nostra regione come set privilegiato per le produzioni italiane ed internazionali.**

Lo scorso 19 maggio, all'interno della convenzione siglata quest'anno, **FCTP e VisitPiemonte hanno organizzato, durante il Festival del Cinema di Cannes, nella cornice dell'Italian Pavilion presso l'Hotel Majestic -, la presentazione delle rispettive realtà, i risultati degli ultimi mesi di lavoro e i contenuti della collaborazione tra i due enti.** Una sinergia fondata sulla condivisione di una *mission*: **diffondere e stimolare "narrazioni" differenti del territorio piemontese, attraverso il cinema e la promozione turistica della regione.**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

La convenzione in particolare prevede:

- progettazione dei processi e degli strumenti innovativi per lo sviluppo del settore turistico regionale
- formazione rivolta agli studenti e ai laureandi/laureati, come pure riqualificazione professionale
- sviluppo progetto d'impresa per stimolare le nuove generazioni a investire sul territorio in ottica turistica

CONSERVATORIO STATALE "GIUSEPPE VERDI" e ACCADEMIA ALBERTINA DELLE BELLE ARTI:

- L'uso incrociato di leve di comunicazione e marketing per aumentarne la visibilità e incidere sulla percezione dei visitatori attuali e potenziali, in particolare studenti che frequentano il Conservatorio
- Cross marketing
- Realizzazione di attività promozionali tour/visite sul territorio
- Collaborazioni per interventi musicali da parte di studenti durante eventi di VisitPiemonte
- Creazione sul sito del Conservatorio di una sezione/box dedicata al Piemonte



- Collaborazione con l'Associazione Abbonamento Musei

In progress Convenzioni con altre Università e Scuole di Alta Formazione piemontesi e Politecnico di Torino.

4. QUADRANTI

Al fine di aumentare un maggior raccordo, con scambio di informazioni ed esperienze con le singole ATL, VisitPiemonte ha individuato al proprio interno alcune risorse che rappresentano il primo punto di riferimento per le esigenze delle ATL, raggruppate per aree geografiche, denominate "Quadranti territoriali":

- **Quadrante 1 Cuneo e Asti:** Cristina Bergonzo
- **Quadrante 2 Città Metropolitana di Torino:** Marina Caresio
- **Quadrante 3 Biella, Novara, Verbania e Vercelli:** Silvia Molinaro
- **Quadrante 4 Alessandria:** Cristina Bergonzo

5. DIGITAL ACADEMY- DIGITALE E TURISMO

Digital Academy è un percorso di formazione su strategie, contenuti, canali e strumenti di comunicazione digitali per il turismo, con un approccio che unisce elementi di strategia con elementi pratici, il tutto supportato da *case-history* collegate alla nostra attività di marketing territoriale. Il corso sarà realizzato da **Ninja Academy** - Società leader nella formazione del marketing digitale (www.ninjacademy.it) su incarico di VisitPiemonte.

Rivolto alle ATL, con 4 incontri da 8 ore ciascuno in cui si alternano interventi frontali con esercitazioni su case-study sul turismo, **l'obiettivo dell'Academy è rafforzare le competenze digitali, creando un linguaggio una cultura e degli strumenti in comune tra tutte le ATL e VisitPiemonte per rendere più efficaci le varie attività promozionali a livello dei singoli territori e dell'intera dimensione regionale.**

Il programma prevede:

- **Unit 1 – lunedì 1^a luglio 2019**
- Come raccontare una struttura o una località turistica attraverso gli strumenti e i canali digitali? Strategie di content marketing & storytelling per il turismo
- **Unit 2 - martedì 24 settembre 2019**
- Come strutturare un piano efficace di Digital Marketing Turistico? Strategie, strumenti e tecniche per ottenere visibilità online e raggiungere segmenti di mercato mirati allo scopo di incrementare il business di una struttura turistica
- **Unit 3 - martedì 15 ottobre 2019**
- Incrementare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca attraverso attività organiche a pagamento. Focus sulle strategie di Search Engine Optimisation e di Search Engine Marketing
- **Unit 4 - martedì 19 novembre 2019**
- Come sfruttare i Social Media per la promozione turistica?





Nel primo incontro hanno partecipato **28 persone** di quasi tutte ATL:

- ATL LANGHE MONFERRATO E ROERO
- ATL ALEXALA
- ATL ASTITURISMO
- ATL BIELLA
- ATL CUNEO
- ATL NOVARA
- ATL TURISMO TORINO E PROVINCIA
- ATL TURISMO VALSESIA VERCELLI

6. VISIBILITA' NAZIONALE/INTERNAZIONALE

AMBASSADOR FOR PIEMONTE

“Ambassadors for Piemonte” rappresenta un modo nuovo e dinamico per promuovere Torino e il Piemonte ai giovanissimi attraverso il social e i nuovi linguaggi digitali: la prima serie di videoclip realizzati è disponibile nella sezione “Dicono di noi” sul sito www.visitpiemonte.com. L'iniziativa sarà estesa anche ad altre Università e Scuole di Alta Formazione del Piemonte, per coinvolgere un numero crescente di studenti presenti sul nostro territorio. C'è stato il coinvolgimento di un primo gruppo di studenti che hanno partecipato alla realizzazione del video e a cui è stato consegnato un attestato di partecipazione e riconoscimento come Ambassador ed una Torino card in omaggio.



GETTY IMAGES

L'accordo con la più grande agenzia di comunicazione fotografica e visiva permette sviluppare un patrimonio di immagini di elevata qualità utili per un racconto visivo delle bellezze anche più insolite del territorio piemontese, per finalità di comunicazione e promozione. In particolare gli obiettivi sono:

- produzione di materiale multimediale da veicolare in occasione di eventi, fiere, conferenze stampa, presentazioni, incontri di lavoro, sito web e canali social, in modo da implementare e rafforzare il dialogo con il segmento b2c e b2b.
- aumento della visibilità del Piemonte a livello nazionale e internazionale, per promuovere e comunicare, attraverso le immagini l'insieme degli elementi caratterizzanti il nostro territorio e i suoi prodotti di eccellenza

Nel primo semestre sono stati realizzati alcuni video (Leonardo in Piemonte; I pilastri dell'offerta del Piemonte Arte-Cultura-Unesco- Outdoor- Enogastronomia-Spiritualità-Lifestyle), diversi shooting fotografici in tutte le diverse realtà territoriali, con focus su alcune tematiche (enogastronomia in occasione del Bocuse d'Or; Risaie e canali in occasione dell'evento Terre d'acqua tra riso e canali; etc.)



LONELY PLANET

Gli investimenti degli ultimi 25 anni per promuovere il Piemonte hanno portato il Piemonte ad essere riconosciuto come la regione #1 a livello internazionale riconosciuta come una **destinazione “must go” da Best in Travel 2019**, la classifica che racchiude il meglio delle destinazioni della guida **Lonely Planet**.

Il Piemonte sarà presente come “main partner destination” dell’UlisseFest – La Festa del Viaggio, evento ideato e organizzato da EDT- Lonely Planet a Rimini dal 12 al 14 luglio. L’evento è dedicato a coloro che amano viaggiare fuori dai consueti percorsi (<https://ulissefest.it/>). Questa presenza rientra in una più ampia collaborazione di tipo strategico che abbiamo avviato con Lonely Planet e che intende valorizzare al meglio le attrattive della nostra regione.



La partecipazione piemontese a Rimini si articola in:

- **gazebo con materiale promo-informativo** nella centralissima piazza Cavour, di fronte al palco che ospiterà gli spettacoli e i concerti;
- **degustazioni di vini piemontesi** nello spazio della ex Pescheria, sempre in piazza Cavour, a cura del Consorzio Piemonte Land of Perfection e dell’Enoteca Regionale di Ovada e del Monferrato (in quanto capofila del progetto di promozione “2019 Anno del Dolcetto”);
- **il concerto di sabato sera, 13 luglio**, dove racconteremo in maniera insolita il Piemonte attraverso uno **spettacolo internazionale con un nome di richiamo come Ana Moura** – regina del fado moderno con declinazioni pop – **accompagnata da Giorgio Li Calzi** - compositore, trombettista, produttore musicale torinese di fama internazionale e direttore del Torino Jazz Festival. Il tutto accompagnato dalle animazioni visive di una VJ piemontese con un mixaggio di nostre foto del nostro territorio.

Il tutto, accompagnato da un'articolata di comunicazione da parte di Lonely Planet e di VisitPiemonte.





7. INCONTRI CON LE ATL

Come elemento di “**coesione interna**” del **sistema di promozione territoriale** piemontese, ed in linea con quanto emerso dagli Stati Generali del Turismo, sono state avviate una serie di attività continuative di ingaggio/formazione/supporto del territorio come **nuovo metodo di lavoro tra VisitPiemonte e ATL**:

In particolare, tutte le ATL sono state coinvolte in diversi incontri tematici elencati di seguito:

- roadshow di presentazione del Piano Strategico e di Attività 2019 di VisitPiemonte
- aggiornamenti amministrativi: sicurezza, privacy e amministrazione
- corso di formazione per l'utilizzo della nuova piattaforma per l'acquisizione dei dati sui flussi turistici
- incontro del tavolo di coordinamento MICE
- tavolo di coordinamento sul Barocco
- incontri specifici per la definizione delle attività per la Biteg 2019.

Qui di seguito il riepilogo degli incontri suddivisi per aree territoriali /quadranti

AREE TERRITORIALI/ QUADRANTI	INCONTRI SUL TERRITORIO
1 _Cuneo e Asti	Aggiornamenti amministrativi
	Road Show ATL
	Asti Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Alba (CN) Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Cuneo Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Tavolo MICE
	BITEG ATL Langhe e Roero
tot. Incontri Quadrante 1 - Cuneo e Asti	7 INCONTRI
2_Città Metropolitana di Torino	Aggiornamenti amministrativi
	Road Show ATL
	Torino Corso di "formazione nuova piattaforma Osservatorio"
	Ivrea Corso di "formazione nuova piattaforma Osservatorio"
	Sestriere (TO) Corso di "formazione nuova piattaforma Osservatorio"
	Sauze d'Oulx Corso di "formazione nuova piattaforma Osservatorio"
	Tavolo MICE
tot. Incontri Quadrante 2_Città Metropolitana di	7 INCONTRI
3 _Biella, Novara, Verbania e Vercelli	Aggiornamenti amministrativi
	Road Show ATL
	Sandigliano (BI)Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Vercelli Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Novara Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Verbania Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Varallo Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Tavolo MICE
	Novara incontro per BITEG
	Vercelli incontro per BITEG
	Biella incontro per BITEG
	Distretto laghi incontro per BITEG
tot. Incontri Quadranti 3 _Biella, Novara, Verbania e	12 INCONTRI
4 _Alessandria	Aggiornamenti amministrativi
	Road Show ATL
	Alessandria Corso di formazione nuova piattaforma Osservatorio
	Tavolo MICE
	Alexala incontro per BITEG
tot. Incontri Quadranti 4 _Alessandria	5 INCONTRI



8. INCONTRI CON ALTRI STAKEHOLDER TERRITORIALI

Nel corso di questi primi sei mesi, le interazioni tra la Direzione Generale di VisitPiemonte e l'ecosistema turistico, culturale e agroalimentare piemontese ha dato vita ad una serie di scambi molto frequenti e intensi.

A mero titolo di esempio, le relazioni hanno visto circa **5.000 mail e 190 incontri** organizzati da gennaio a giugno con il Direttore Generale.

A questi si aggiungono gli incontri - molto spesso inseriti in tavoli di raccordo periodici - che hanno coperto tutte le rappresentanze di settore e di categoria e stakeholder del mondo turistico regionale:

Federalberghi, GTA, Asshotel, Ascom, Confesercenti, Confindustria, ANCI, Uncem, Consorzi di Tutela, Consorzi turistici, ed Enotecche Regionali; Enti Fiera, Università, Guide turistiche, Musei, Fondazioni,

In parallelo, si è organizzato e aggiornato il database generale degli stakeholders da coinvolgere per eventi e attività sul territorio, per un totale di **2.200 contatti** raccolti in pieno rispetto con le norme in materia di trattamento dei dati personali.





PARTE III) PROGETTI 2019







A) TERRITORI

1. LE VALLI DI LANZO: LA PALESTRA OUTDOOR DI TORINO
2. PIEMONTE OUTDOOR COMMISSION
3. ITINERARI CULTURALI- SPIRITUALI

1. LE VALLI DI LANZO: PALESTRA OUTDOOR DI TORINO

Tra le varie attività a sostegno delle aree più marginali o a rischio di abbandono del Piemonte, si è avviato **un progetto sperimentale**, così da per stimolare una fruizione delle Valli di Lanzo come possibile **“palestra a cielo aperto”** per chi abita nell’area metropolitana di Torino superando alcune criticità infrastrutturali (viabilità e attuali reti di collegamento ferroviario intermittenti) che rendono il territorio poco turistico.



Nel primo semestre si è sviluppata la parte organizzativa, coinvolgendo gli attori del territori, dove oltre alla Regione Piemonte (Assessorato Cultura e Turismo) e con il coordinamento di **VisitPiemonte** sono stati coinvolti: **ATL Turismo Torino e Provincia**, in collaborazione con **GTT – Gruppo Torinese Trasporti**, **Consorzio Operatori Turistici Valli di Lanzo**, **GAL Valli di Lanzo**, **Ceronda e Casternone**, **Unione Montana Alpi Graie**, **Unione Montana di Comuni delle Valli di Lanzo**, **Ceronda e Casternone**, **CAI Sezione di Lanzo Torinese** e **Associazione Sentieri e Saperi senza Barriere**.

L’obiettivo del gruppo di lavoro è stato di creare una serie di **appuntamenti coordinati e di facile fruizione che stimolassero la visita in modalità “green”, senza auto, utilizzando i mezzi pubblici**, grazie al supporto di GTT che ha attivato delle corse in treno straordinarie per facilitare i visitatori che hanno aderito all’iniziativa.

Tra le varie attività, abbiamo organizzato anche una mostra fotografica sui percorsi della Sindone presso la stazione di Ceres, inaugurata l’ultimo weekend di giugno.

Il piano di comunicazione, ideato e realizzato da VisitPiemonte, in collaborazione con Turismo Torino, prevedeva:

- conferenza stampa di lancio (e relativi comunicati stampa)
- realizzazione di un video coinvolgente sulle attività in outdoor e gli itinerari spirituali e enogastronomici;
- una campagna di advertising con 2 spot radiofonici su GRP e la pubblicazione su 7 testate locali
- attività social su FB
- inserimento del progetto e del programma sui siti web Visitpiemonte.com e turismotorino.org



In particolare, il programma prevedeva **due appuntamenti**, in programma il **29 - 30 giugno** e il **7 - 8 settembre**, che invitano residenti e visitatori a scoprire le molteplici attrattive della **Valle Grande, Val d’Ala, Valle di Viù, Valli del Tesso e Malone** in modalità “dolce”, utilizzando esclusivamente una combinazione di treno e navetta bus per raggiungere le destinazioni. Ad accogliere i viaggiatori alla stazione di Ceres, la suggestiva mostra fotografica **Imago – Il viaggio della Sindone**, realizzata da Marco Ansaloni in **collaborazione con National Geographic Italia**. Viaggio ideale nel tempo e nella memoria, i ventisette scatti sulle tracce



della Sindone da Gerusalemme a Torino si riallacciano all’importante serie di rappresentazioni sindoniche che costellano il territorio da Ceres (in località Voragno) a Lanzo, Ciriè e Balme, simboliche ostensioni permanenti che parlano della profonda e storica devozione delle popolazioni alpine. **La mostra sarà inaugurata il 28 giugno** e



sarà visitabile dal **29 al 30 giugno** e dal **7 all'8 settembre 2019** nella rinnovata struttura del piano caricatore della Stazione di Ceres.

2. PIEMONTE OUTDOOR COMMISSION

Il settore turistico sta evolvendo verso nuove forme di fruizione del viaggio, dove contano sempre più le esperienze che si possono vivere nelle varie destinazioni, che non la destinazione esotica o lontana, in sé. In questo contesto si collocano anche due forme di turismo che sono **di elevato interesse per il Piemonte**:

- Turismo ATTIVO: viaggio per praticare una o più attività (con almeno un pernottamento fuori casa)
- Turismo OUTDOOR: viaggio per praticare una o più attività all'aria aperta.

In particolare, il Piemonte vede un'**ampia varietà di proposte in Outdoor** ma, ad oggi, la frammentazione di progettazione attuale tra soggetti, territori e attività rendono di difficile fruizione la varietà di proposte esistenti in Piemonte, impedendo, quindi, un salto quali-quantitativo di questo segmento di offerta e la promozione di questa dimensione di turismo ad alto potenziale. L'outdoor può rappresentare una leva utile per lo **sviluppo locale e innovazione, in una logica di sostenibilità per le comunità locali e difesa delle identità dei territori**, soprattutto per alcuni territori più marginali, a rischio di abbandono.

Su queste premesse nasce il progetto di creazione di una "Outdoor Commission", finanziato da Unioncamere e dal sistema camerale del Piemonte, con l'intenzione di creare un "sistema regionale" del turismo outdoor per lo sviluppo del prodotto turistico outdoor con una durata di 3 anni (2019-2021).

L'idea di fondo è di contribuire - insieme con il sistema camerale e le varie realtà locali (ATL, GAL, etc) - **alla valorizzazione delle aree interne/meno sviluppate per creare una destagionalizzazione dei flussi turistici creando nuove opportunità economiche**:

- **sia attirando nuovi visitatori**, grazie alle attrattive paesaggistiche e naturalistiche del Piemonte meno noto=> creazione di una **regia che lavori su offerte integrate** e facilmente fruibili;
- **sia attraverso lo stimolo di micro-imprenditorialità**, soprattutto nelle località più svantaggiate o a rischio di desertificazione => **attività di formazione mirata ai residenti**, in collaborazione con l'Università di Torino.

Nella fase di avvio le prime attività saranno rivolte sulla Val Borbera e Valli di Lanzo, due aree di test, in quanto rappresentano due esempi di valli piemontesi marginali e poco sviluppate.

Le attività del primo semestre:

- **Costituzione cabina di regia:**
- VisitPiemonte come capofila
- Regione Piemonte- Assessorati: Montagna, Turismo e Sport
- Unioncamere
- Camere di Commercio piemontesi
- **Mappatura infrastrutture e progettazione Outdoor**
- **Costituzione tavolo di coordinamento pubblico/privato**
- **Pianificazione strategica e programmazione attività**
- **Coordinamento tra attività PITEM-Data con Outdoor Commission** in logica di ottimizzazione risorse e tempi



3. ITINERARI CULTURALI – SPIRITUALI

SACRI MONTI

Il Piemonte annovera 7 dei 9 Sacri Monti riconosciuti Patrimonio Mondiale dell'UNESCO (i restanti due sono in Lombardia). Questo patrimonio è molto spezzettato in termini di proprietà, e diffuso in aree geografiche diverse (da Domodossola a Biella, fino a Cuneo ed Alessandria) elementi che rendono difficile la valorizzazione complessiva dei 7 siti seriali.

VisitPiemonte ha iniziato a incontrare le diverse realtà per inserirle nelle proprie attività di comunicazione e per aumentarne la visibilità, avviando un tavolo di raccordo che prevede più fasi

Tra le varie attività a supporto dei Sacri Monti, il focus attualmente è su Biella in quanto il 2020 sarà un anno di grande attrazione per il turismo culturale e spirituale del Biellese, quando la **Passione di Sordevolo si abbinerà alla celebrazione dell'Incoronazione della Madonna di Oropa** attesa per domenica 30 agosto presso uno dei più celebri Sacri Monti - oltre che residenza Sabauda - patrimonio UNESCO del Piemonte. Un appuntamento che, dal 1620, si ripete solamente una volta ogni 100 anni e che quest'anno sarà preceduto da una serie di iniziative di interesse che coinvolgono fedeli, famiglie e visitatori da tutto il mondo. Tra le varie iniziative, da segnalare il concorso nazionale per la progettazione e la realizzazione di due "corone" per la statua della Vergine Maria e del Bambino Gesù.

Tra un anno, dal 13 giugno al 27 settembre 2020 a Sordevolo sono attesi almeno 40 mila spettatori per la grande Rappresentazione della Passione, un evento che ogni cinque anni coinvolge l'intera comunità di 1.400 persone, impegnate a portare in scena una tradizione antica di due secoli.

La promozione di questo evento sarà accompagnata da altri stimoli per visitare non solo alcuni dei luoghi della spiritualità piemontese tra i più suggestivi, ma anche per scoprire il territorio di Biella in un conteso paesaggistico e naturalistico ben preservato, con i numerosi parchi e riserve naturali che hanno reso la provincia di Biella la vera capitale italiana dell'outdoor.

Il ruolo di VisitPiemonte, in questo ambito, consiste in:

- costituzione tavolo di lavoro per definire un piano di promozione condiviso con tutti i territori coinvolti e valorizzare al meglio i Sacri Monti;
- Definizione dello storytelling e inserimento degli eventi di avvicinamento in un calendario più complessivo
- condivisione del calendario eventi per la divulgazione attività
- l'organizzazione dell'evento lancio "Aspettando Sordevolo" il 13 e il 14 luglio, come anticipo del grande evento che sarà nel 2020





ROMANICO

Il Piemonte ha un patrimonio culturale e spirituale molto variegato e capace di unire arte, storia e paesaggio. VisitPiemonte ha collaborato con la Regione Piemonte nella **promozione alla prima Giornata del Romanico** (che si è svolta il week-end del 14 aprile scorso) alla quale **hanno aderito oltre 80 Comuni, 30 associazioni culturali, le Sovrintendenze Archeologia Belle Arti e Paesaggio per la Città Metropolitana di Torino e per le Province di Alessandria, Asti e Cuneo, la Consulta Regionale per i Beni Culturali Ecclesiastici, numerose Aziende turistiche locali, Pro loco ed Ecomusei.**

VisitPiemonte ha:

- creato una sezione apposita nel proprio sito www.visitpiemonte.com con una mappa del Romanico in Piemonte;
- contribuito alla conferenza di lancio dell'iniziativa
- uno speciale – articolo+ spunti di itinerari – pubblicato sul mensile Bell'Italia

TERRE D'ACQUA TRA RISO E CANALI

VisitPiemonte ha **coordinato** il progetto insieme alla Regione Piemonte per valorizzare un'area vasta del Piemonte tra **Biella, Novara, Vercelli e nel Monferrato Casalese** che punta su alcuni elementi caratterizzanti come il riso, i canali di irrigazione ed il paesaggio.

In un contesto territoriale caratterizzato da due elementi comuni forti: l'acqua e il riso, ma nello stesso tempo molto frammentati, **questo progetto si propone di creare, attraverso un terzo elemento - l'Arte - un legame che si trasformi in itinerario turistico e culturale tra mare a quadretti, canali, tradizioni e produttori di riso. Un evento** che intende diventare un appuntamento annuale, **da realizzare in primavera tra aprile e maggio** quando l'acqua ricopre le risaie creando molteplici "quadri", quasi tele, legate da bracci di canali su cui giovani artisti possano esprimere la loro creatività *en plein air*.

La prima edizione di "Terre d'Acqua tra Riso e Canali" è stata dal 10 al 12 maggio con un weekend ricco di iniziative tra le "Terre d'Acqua" con inedite visite guidate a

imponenti opere idrauliche di solito non accessibili al pubblico come il canale Cavour, la poderosa "autostrada d'acqua" che prende il nome da Camillo Benso Conte di Cavour, ma anche spettacoli, convegni, rassegne cinematografiche, mostre fotografiche, itinerari cicloturistici e appuntamenti gastronomici.

Nel dettaglio le attività nei diversi territori coinvolti:

- Tra **vercellese e biellese** il Consorzio di bonifica della Baraggia Biellese e Vercellese ha organizzato una "zingarata" idraulica e gastronomica con una degustazione di riso di Baraggia Biellese e Vercellese; nell'itinerario c'è stata la visita al monastero cluniacese di Castelletto Cervo per scoprire le prime bonifiche fatte dai monaci





- Nel **novarese** è avvenuta l'apertura straordinaria dell'Archivio Storico delle Acque e delle Terre Irrigue che ha permesso di ripercorrere lo sviluppo dell'ecosistema locale di risaie e canali. C'è stata la possibilità di vivere un'esperienza outdoor lungo di canale Cavour con Terre di canali in tour- Itinerario cicloturistico
- A **Sandigliano, nel biellese**, si è svolto il convegno "L'acqua: l'oro del futuro" con diverse mostre collegate. Ampio spazio dato al cinema con il Film Festival Internazionale the blue gold e il convegno Cercando il Cinema.
- Nel **Monferrato casalese**, Terre d'Acqua tra riso e canali ha incontrato Riso & Rose in Monferrato, l'affermata manifestazione che a Casale Monferrato e nei Comuni del territorio mette in scena un ricco palinsesto di eventi legati a enogastronomia, sport, e musica.

VisitPiemonte @Visit_Piemonte · 18 apr
Lo sapevi che 10.000km di canali attraversano il Piemonte? Un "mare a quadretti" di acqua e risaie protagonisti di "Terre d'Acqua tra Riso e Canali" dal 10 al 12 maggio tra [#Vercelli](#), [#Novara](#), [#Biella](#) e il [#Monferrato Casalese](#).
bit.ly/2VR7Xta
[#VisitPiemonte](#)



4 1



B) AGROALIMENTARE

1. 2019 ANNO DEL DOLCETTO
2. PATRIMONIO RISICOLO DEL PIEMONTE: CANDIDATURA UNESCO
3. PRESENTAZIONE E COINVOLGIMENTO CONSORZI SETTORE AGROALIMENTARE
4. GUIDA PRODOTTI PAT E PRODOTTI CERTIFICATI

1. 2019 ANNO DEL DOLCETTO

Il Dolcetto, prestigioso vitigno piemontese, diffuso nelle province di **Asti, Alessandria, Cuneo e Torino**, è il protagonista del 2019 su scelta della Regione Piemonte – Assessorato all'Agricoltura. VisitPiemonte ha predisposto una serie di **azioni promozionali** per dare la più ampia visibilità al "2019 – Anno del Dolcetto", ha curato la **promozione** dell'evento di lancio, la **comunicazione** attraverso:

- ideazione ed organizzazione della conferenza di lancio con relatori del settore e case-history di successo
- comunicati stampa
- comunicazione su proprio sito web e canali social,
- realizzazione di **un video sulla storia del vitigno**, la creazione di una pagina web dedicata sul sito visitpiemonte.com,
- promozione del calendario eventi in programma

Inoltre, l'Anno del Dolcetto è stato inserito in ogni azione di promozione all'estero: presentazione al Festival del Cinema di Cannes; road-show in Germania e Francia.





2. PATRIMONIO RISICOLO DEL PIEMONTE: CANDIDATURA UNESCO

L'Assessorato all'Agricoltura ha incaricato VisitPiemonte di **esplorare la possibilità di creare un dossier di candidatura per la valorizzazione del territorio delle risaie che comprende l'area nord-orientale del Piemonte** e, in quota parte, alcune aree lombarde. **L'obiettivo è di creare una maggiore consapevolezza su prodotti e patrimonio agroalimentari peculiari di quelle aree** che sono molto frammentarie e poco coese, caratterizzate da produzioni risicole prive di marchi locali e finalizzate soprattutto alla fornitura alla grande industria con prodotto generalista, inteso come "commodities". **La candidatura consentirebbe di sviluppare una maggiore consapevolezza delle comunità locali, uno scambio di esperienze e stimolo a nuove idee imprenditoriali capaci di generare nuove opportunità economiche e turistiche per tutto il territorio interessato**, ad iniziare dal comparto risicolo e la filiera della trasformazione in enogastronomia, con effetti positivi s tutta la comunità locale. Un percorso che vuole partire dalla positiva esperienza del riconoscimento Unesco ottenuto nel 2014 da Langhe, Monferrato e Roero

Dopo una preliminare analisi sui soggetti da coinvolgere e vari incontri per approfondire processi, tempi, metodi e difficoltà di costituzione di un dossier di candidatura, attraverso incontri ristretti con Regione Piemonte (Direzione Cultura, Agricoltura, Urbanistica, uffici regionali del vercellese...), alcuni approfondimenti con esperti di dossier (Ing. Valle, Fondazione Linkfoundation; Dott. Angelo Boscarino, ...) e con ATL Langhe-Monferrato Roero, viene creato un primo tavolo di lavoro.

Le problematiche emerse da questi incontri portano, lo scorso aprile, ad una nuova ipotesi – suggerita da esperti di candidature Unesco – che dovrebbe indirizzare i lavori di dossier verso il riconoscimento "MAB" (riserva della biosfera) più praticabile in quanto sembrerebbe, al momento, non sussistere il carattere dell'eccezionalità necessario per la candidatura a Patrimonio dell'Umanità.

3. PRESENTAZIONE E COINVOLGIMENTO CONSORZI SETTORE AGROALIMENTARE

L'incontro è stato finalizzato ad una reciproca conoscenza e ad un approfondimento sui rispettivi settori produttivi per collaborare in modo più consapevole e integrato nella valorizzazione di prodotti piemontesi. VisitPiemonte ha condiviso missione, leve e principali attività svolte per comunicare il territorio e i prodotti regionali.

I Consorzi e le Enotecche regionali hanno mostrato l'interessamento e confermato la volontà di collaborare con VisitPiemonte nelle varie occasioni di promozione dedicate all'agroalimentare o ad altre tematiche culturali o turistiche anche congiuntamente tra loro (in questo caso VisitPiemonte potrebbe fungere da soggetto di coordinamento).

Prossimi passi:

Da parte dei Consorzi e delle Enotecche regionali si attendono segnalazioni su:

- **appuntamenti fieristici e/ o delle iniziative principali** ai quali ritengono importante partecipare;
- **prodotti e dei temi di interesse** che intendono promuovere al fine di definire un racconto unitamente agli altri prodotti piemontesi;
- eventuali temi da promuovere nel corso di **Cheese 2019**.

4. GUIDA PRODOTTI PAT E PRODOTTI CERTIFICATI

Su indicazione dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte è stata predisposta una bozza di gara per la richiesta di offerte volte alla realizzazione di una guida che raccolga e racconti i prodotti tradizionali e i prodotti certificati piemontesi.



C) TEMI TRASVERSALI

1. STATI GENERALI DEL TURISMO
2. MOBILITA' TURISTICA
3. CELEBRAZIONI 500° ANNIVERSARIO LEONARDO DA VINCI
4. RESIDENZE SABAUDE

1. STATI GENERALI DEL TURISMO

Gli Stati Generali del Turismo sono un processo partecipativo avviato, su volontà dell'Assessorato Regionale alla Cultura e Turismo, nel 2018. Il risultato, presentato in una conferenza a fine 2018, ha prodotto una serie di spunti e progetti che si è ritenuto utile consolidare e utilizzare anche in vista di un futuro piano strategico sul turismo del Piemonte.



Il Tavolo Tecnico di coordinamento è stato mantenuto in continuità nel 2019 nell'ottica ai fini di un coinvolgimento più ampio di tutti i soggetti partecipanti al tavolo come rappresentanti del sistema turistico regionale nell'ambito della strategia regionale.

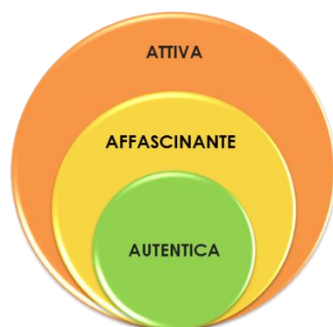
Sulla base del "Documento di indirizzo per lo sviluppo turistico della destinazione Piemonte" nel corso dei primi mesi del 2019, si è provveduto a:

- Individuare in condivisione un referente per le varie linee di intervento
- Raccogliere e mappare le attività pianificate per il 2019 nell'ambito turistico e agroalimentare dai vari soggetti
- Condividere un aggiornamento delle attività 2019:
 - Crescita sostenibile
 - Regia regionale
 - Formazione

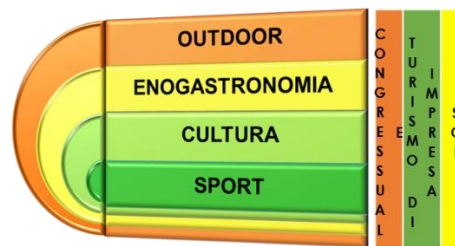


Dal percorso del 2018 è emersa la proposta valore della Destinazione Piemonte e il **portfolio prodotti** principali.

La proposta di valore della Destinazione Piemonte: le 3 "A"



Portfolio Prodotti



Prodotti specifici rivolti a segmenti target:
turismo family, religioso, termale, business, luxury,
shopping, etc.

2. OSSERVATORIO MOBILITA' TURISTICA

La mobilità con mezzi collettivi (pubblici e/o privati) tra le varie aree del Piemonte rappresenta una criticità che ha degli impatti negativi anche in termini di sviluppo economico legato al turismo. Su questa considerazione è stato avviato uno studio, all'interno dell'Osservatorio Turistico regionale (che opera dentro VisitPiemonte) con il contributo dell'Università di Torino e del Piemonte Orientale, come attività specifica in risposta alla necessità evidenziata dagli Stati Generali del Turismo, al fine di comprendere lo stato dell'arte dei trasporti piemontesi e proporre soluzioni di breve e medio termine, con il coinvolgimento degli altri attori regionali interessati, a vario titolo, a trovare una soluzione al tema della mobilità.

Nel mese di maggio si è valutato l'opportunità di affrontare l'analisi e il monitoraggio del tema "mobilità turistica" attraverso **indicatori basati su banche dati connesse alla telefonia mobile capaci di fornire informazioni quali-quantitative sui flussi di visita** (turisti > 24 ore ed escursionisti) sul territorio piemontese.

Per lo sviluppo delle linee d'intervento è stato realizzato:

- un primo lavoro di analisi desk sui collegamenti dagli aeroporti di principale interesse per il Piemonte
 - un approfondimento sui collegamenti tra Torino e aeroporto di Caselle e Torino, Malpensa e Lagnoli e Malpensa
- È in via di costituzione il Tavolo della mobilità turistica

3. 500° ANNIVERSARIO MORTE DI LEONARDO

Nell'ambito delle celebrazioni organizzate a livello internazionale in occasione di questo anniversario, **anche il Piemonte ha contribuito organizzando alcuni appuntamenti artistico-culturali con un focus sulla grande mostra con l'Autoritratto, custodito all'interno della Biblioteca Reale di Torino che è stata inserita in un contesto espositivo più allargato, all'interno della galleria Sabauda.**

Il ruolo di VisitPiemonte è stato di **raccordo dei vari eventi sul territorio**, e di **comunicazione sui vari canali**.

- **Coordinamento dell'offerta territoriale** legata ai luoghi piemontesi della mostra (Biella, Barge, Novara...), collegandola e integrandola agli eventi di taglio culturale, spirituale o enogastronomico per moltiplicare le occasioni e gli stimoli di visita delle iniziative in programma;
- **Posizionamento e comunicazione dell'offerta culturale complessiva del Piemonte**, collegata a studi e citazioni di Leonardo (pietra Bargiolina, canali di irrigazione di Ivrea, ...) offrendo un percorso di visita multiplo verso il turismo di prossimità e un target «Special Interest» in modo da incrementare l'arrivo di visitatori nelle sedi espositive coinvolte nelle celebrazioni.
- **Definizione di una strategia di comunicazione rivolta ai mercati di prossimità**, da sviluppare in occasione di fiere, eventi, iniziative sul territorio regionale, nel corso degli appuntamenti nazionali, nel corso degli



appuntamenti internazionali, incluse attività di PR con gli operatori del trade turistico specializzati nel settore artistico-culturale,

- **Realizzazione di una sezione dedicata a Leonardo sul sito web** www.visitpiemonte.com – sezione Arte e Cultura - con la presentazione del calendario complessivo e il rimando alla pagina ufficiale leonardoatorino.it in accordo con Turismo Torino e Provincia;
- **Co-redazione di un piano editoriale**, in collaborazione con l'ufficio stampa della Città di Torino e TurismoTorino.org per veicolare i contenuti relativi alla mostra principale
- **Promozione del calendario eventi leonardiani** all'interno delle campagne previste nell'accordo di **Co-marketing con SNCF**, il principale vettore ferroviario francese
- **Interventi di presentazione durante le conferenze stampa** a Torino, Milano, Bologna e Bari in collaborazione con gli altri partner di progetto



Leonardo 2019, un racconto attuale Leonardo 2019, un selfie d'altri tempi

martedì 5 febbraio 2019 | h 12:00

MUSEI REALI DI TORINO | SALA GRANDE



4. RESIDENZE SABAUDE

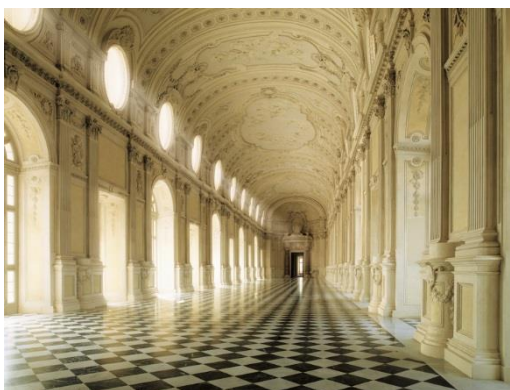
VisitPiemonte ha dedicato una particolare attenzione alla valorizzazione delle Residenze Reali Sabaude, uno degli elementi di spicco del ricco patrimonio artistico ed architettonico dell'intera regione, tanto da essere oggetto di una specifica Convenzione tra VisitPiemonte e il Consorzio delle Residenze Sabaude, che scaduto a giugno 2019 è attualmente in attesa di rinnovo.

L'intenzione è di rafforzare la visibilità delle Residenze e, in primis, della Reggia di Venaria e dei giardini storici che hanno un grande potenziale in termini di visitatori interessati, ancora inespresso sia in Italia, sia all'estero.

Su questa base, i e dei percorsi già esistenti ma anche dare importanza a luoghi di nicchia, come residenze reali, castelli e giardini storici, in modo prolungato nel tempo.

Nel corso del primo anno della Convenzione sono state realizzate diverse iniziative:

- stesura di una bozza di progetto di promozione turistica per focalizzare i potenziali paesi target per la Reggia di Venaria Reale
- inserimento delle Residenze Reali nella brochure istituzionale, nei video di promozione, sul sito web e su tutti i materiali realizzati da VisitPiemonte
- inserimento di una tappa dedicata alla Reggia di Venaria negli educational tour organizzati da VisitPiemonte per far conoscere la regione a giornalisti e Tour Operator
- inserimento Reggia di Venaria all'interno del road-show internazionale in Francia e Germania realizzato in collaborazione con ENIT e Istituti Italiani i Cultura all'estero, lo scorso giugno, con un focus specifico sulla Reggia e il patrimonio Unesco piemontese
- presenza di spazio dedicato al Consorzio delle Residenze sabaude in tutte le maggiori fiere internazionali a cui VisitPiemonte ha partecipato:
 - ITB Berlino
 - ITB Pechino
 - WTM Londra





D) TURISMO CONGRESSUALE e MICE

Lo scorso dicembre 2018, la Regione ha attribuito a DMO Piemonte - la competenza in materia congressuale – con modifica della legge regionale 14/2016 sul turismo. Su questa premessa, **si è avviato il progetto di coordinamento piemontese dell'offerta congressuale e MICE** (*Meeting-Incentive-Congress-Events*) **attuale e potenziale**, con l'obiettivo di presentare a livello nazionale ed internazionale, un'offerta MICE unitaria della Regione Piemonte, evidenziandone le peculiarità territoriali. Per ottimizzare tempi e risorse, e considerato che esiste già un Convention Bureau Torino all'interno dell'ATL Turismo Torino e Provincia, lo scorso dicembre su indicazione della Regione è stata firmata una Convenzione tra quest'ultima ATL e VisitPiemonte con contestuale distacco di personale dotato di elevata professionalità e skill specifici in ambito MICE che son stati inseriti nella struttura di VisitPiemonte.

In vista del potenziamento dell'offerta MICE integrata regionale si sono sviluppate una serie di attività, come indicato di seguito

Mappatura & Stakeholder engagement

- **Tavolo di Coordinamento Congressuale Regionale:** con i **referenti di tutte le ATL**, con l'obiettivo di coinvolgere i singoli territori e condividere le future attività di comunicazione e promozione individuate da VisitPiemonte, aumentando la **collaborazione tra gli operatori e sviluppando azioni congiunte tra le varie aree**. Il tavolo si riunisce circa ogni 3 mesi o ogni volta si renda necessario un confronto su tematiche di interesse comune
- **Mappatura regionale dell'offerta esistente in collaborazione** con tutte le ATL, che censisce strutture e operatori del settore. L'attività si accompagna a sopralluoghi delle principali sedi congressuali nelle diverse aree. Ad oggi abbiamo visitato le strutture dei Laghi, delle Langhe, di Vercelli e di Biella e programmando una serie di altri incontri formativi a partire da settembre 2019
- **Educational, in cui si invitano buyer nazionali ed esteri a cui far conoscere il nostro territorio:** attività fondamentale da sviluppare in sinergia con le ATL e consiste in incontri e trattative che sono da tempo in corso con **EDIMAN**, autorevole e riconosciuta casa editrice specializzata del mercato congressuale italiano e organizzatore di workshop ed educational, per definire l'organizzazione, a partire dall'autunno 2019, di educational con specifici target di riferimento nelle 3 macro aree dell'offerta congressuale piemontese, ovvero Torino, Distretto dei Laghi, a Langhe.

Affiliazione a Reti e Network nazionali

- Il **Convention Bureau Italia**, nato nel 2014 e riconosciuto da ENIT con protocollo d'intesa firmato nel 2015, opera come soggetto a sostegno dellameeting industry perseguendo finalità di interesse generale volte alla promozione e allo sviluppo di destinazioni e sedi congressuali, a beneficio di tutto il Paese. **Ai 123 Soci, oggi si aggiunge anche VisitPiemonte**, arricchendo il network delle destinazioni rappresentate e beneficiando delle molteplici opportunità di promozione offerte.
- **Federcongressi&eventi**, organizzazione senza fine di lucro nata nel 2004, è l'associazione nazionale delle imprese pubbliche e private e dei professionisti del settore congressuale. La sua funzione è quella di dare voce e rappresentanza allameeting & incentive industry italiana presso tutte le sedi istituzionali, accrescendone l'immagine e il prestigio. **VisitPiemonte è ora associata nella categoria "Destinazioni e Sedi"**. Fra le attività dell'associazione spiccano, per particolare importanza, l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi (OICE), realizzato con ASERI-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, e il Learning Center, l'organismo incaricato di organizzare iniziative formative e di aggiornamento per i propri soci.



Piano di Comunicazione

- **realizzazione della sezione MICE nella nuova brochure istituzionale** e nel Press Kit (italiano/inglese), e la creazione di uno spazio dedicato al congressuale sul sito www.visitpiemonte.com.
- gara per l'**identificazione di una nuova visual identity e di un claim**, mirati alla **realizzazione della brochure congressuale** (italiano/inglese), a future pagine pubblicitarie su magazine e quotidiani di settore e alla contestuale **produzione di un video** che racconti in 120 secondi l'offerta congressuale piemontese.
- l'attività B2B di comunicazione e promozione dell'offerta congressuale regionale ci ha già visto attivi con la programmazione e realizzazione di **Sales Appointments**, ovvero l'incontro a **Milano** e a **Roma** di **10 agenzie**, fra le principali nel settore dell'organizzazione di eventi delle 2 città. L'attività ad oggi ha già fruttato 3 richieste per eventi corporate interessati a Torino e Langhe.

Partecipazione ad eventi internazionali

- **IMEX di Francoforte** (21/23 maggio), all'interno del padiglione Italia coordinato da ENIT, e dove siamo stati ospitati nello stand di Turismo Torino e provincia - Convention Bureau. Il prossimo appuntamento di questo tipo sarà alla fiera IBTM di Barcellona in programma dal 19 al 21 novembre.



Coordinamento eventi nazionali e internazionali

- **Masters of Magic World Convention**, che si è svolto a Torino – eventi rivolti al largo pubblico - e alla Reggia di Venaria – workshop tematici per i maghi riuniti in congresso - dal 16 al 19 maggio. VisitPiemonte ha avuto un **ruolo di cabina di regia per l'organizzazione dell'evento**, che ha l'obiettivo di diventare un appuntamento annuale, conferendo a Torino e al Piemonte il ruolo di capitale mondiale della magia.



- **Candidatura IGTM - International Golf Travel Market per l'anno 2020**, dove VisitPiemonte ha un **ruolo di coordinamento generale del progetto e di realizzazione del dossier di candidatura**. L'acquisizione di questo evento servirebbe da volano per promuovere a livello internazionale Torino e il Piemonte come nuova destinazione golfistica di eccellenza, sede ideale per i grandi eventi e territorio con un ricchissimo patrimonio culturale e turistico. I circoli golfistici del Piemonte sono fra i più importanti in Italia e poterli far conoscere ad un pubblico selezionato e a Tour Operator specializzati di tutto il mondo, favorirebbe in modo considerevole l'aumento delle presenze alberghiere riferite al settore golfistico, soprattutto in vista del grande evento mondiale della Ryders Cup, che si terrà nel 2022 in Italia, a Roma. **L'esito della candidatura è atteso ad inizio agosto 2019.**



Candidature of **Torino**
and **Piemonte**
for IGTM 2020
INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET



- **Affiancamento e facilitazione contatti per l'Italian Wedding Awards**, un riconoscimento prestigioso, nato per premiare l'eccellenza e la professionalità nel settore del matrimonio italiano. Questo appuntamento annuale è una vera e propria notte degli Oscar dedicato all'eleganza e al gusto raffinato che caratterizzano il mondo del Wedding.



E) PROGETTI EUROPEI

1. PITEM OUTDOOR
2. TRENINO VERDE BRIGA/DOMODOSSOLA

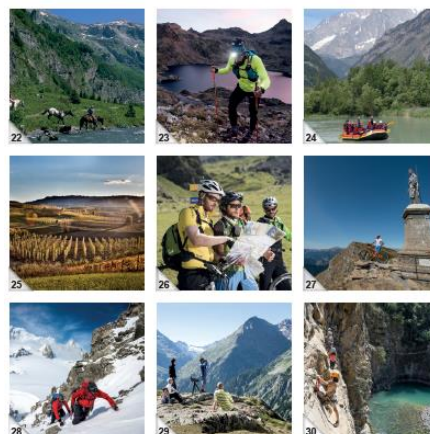
1. PITEM OUTDOOR MITO

(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 alle Alpi della Val d'Aosta, del Piemonte e delle Regioni&Dipartimenti francesi fino al Mare della Liguria e della Costa Azzurra.

Visita la pagina dedicata al Progetto PITEM OUTDOOR
Visitez la page dédiée au projet PITEM OUTDOOR
interreg-alcotra.eu



L'attività del primo semestre si riconduce a:

- Impostazione delle attività e raccordo con i Partner e con l'Autorità di gestione
- Partecipazione al kick off meeting del progetto il 26 febbraio a Marsiglia (Progetto DATA)
- Impostazione delle attività tecnico operative e incontri preliminari con i referenti
- Tavolo di coordinamento attività di comunicazione a Torino e a Lione
- Realizzazione materiale informativo
- Realizzazione video di racconto del progetto per coinvolgimento attori istituzionali (con Regione Piemonte)
- Ideazione e organizzazione incontri di presentazione sul territorio dell'intero progetto strategico e attività di comunicazione correlata

Le azioni iniziali sono vari incontri a livello territoriale per il coinvolgimento degli stakeholder nei territori di:

- Avigliana il 18 giugno
- Ivrea il 21 giugno
- Monforte d'Alba il 2 luglio
- Cuneo il 4 luglio





2. TVA- TRENINO VERDE DELLE ALPI: BRIGA/DOMODOSSOLA

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 (bicicletta, 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 Srl)

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:

- Riunioni di stato avanzamento lavori con i Partner
- Incontri con Università ARS.UNI.VCO a Stresa e definizione progetto formativo per operatori svizzeri
- Studio e realizzazione di materiale promozionale (cartelline stampa, zaini)
- **Riunione del Comitato di pilotaggio il 12 giugno** con i partner del progetto
- Organizzazione della prima attività di informazione-formazione attraverso incontri incrociati nei due territori interessati: il programma è strutturato in 3 visite didattiche tra le Valli dell'Ossola e il lago Maggiore e 3 in territorio svizzero, volte a favorire lo scambio di buone pratiche e lo sviluppo di rapporti di collaborazione basati sulla comune consapevolezza della complementarietà turistica dei territori. I primi due appuntamenti in calendario hanno portato un gruppo di operatori di Domodossola e delle sue Valli in territorio svizzero: il 21 maggio e l'11 giugno. Gli altri incontri sono in programma il 30 agosto, 6 e 10 settembre.







PARTE IV) PIANO DI COMUNICAZIONE







PIANO DI COMUNICAZIONE

Grazie agli investimenti degli ultimi 25 anni per la promozione regionale, il Piemonte è stata nominata **regione #1 a livello internazionale e riconosciuta come una destinazione “must go” da Best in Travel 2019**, la classifica che racchiude il meglio delle destinazioni della prestigiosa guida **Lonely Planet**.

Inoltre, dagli Stati Generali del Turismo - che hanno coinvolto i più diversi soggetti che operano in ambito turistico - **sono emerse alcune caratteristiche riconosciute da tutti gli attori del territorio e sulle quali si è deciso di fare leva per sviluppare il posizionamento valoriale del Piemonte:**

Il Piemonte, un territorio AAA => Autentico, Affascinante, Attivo

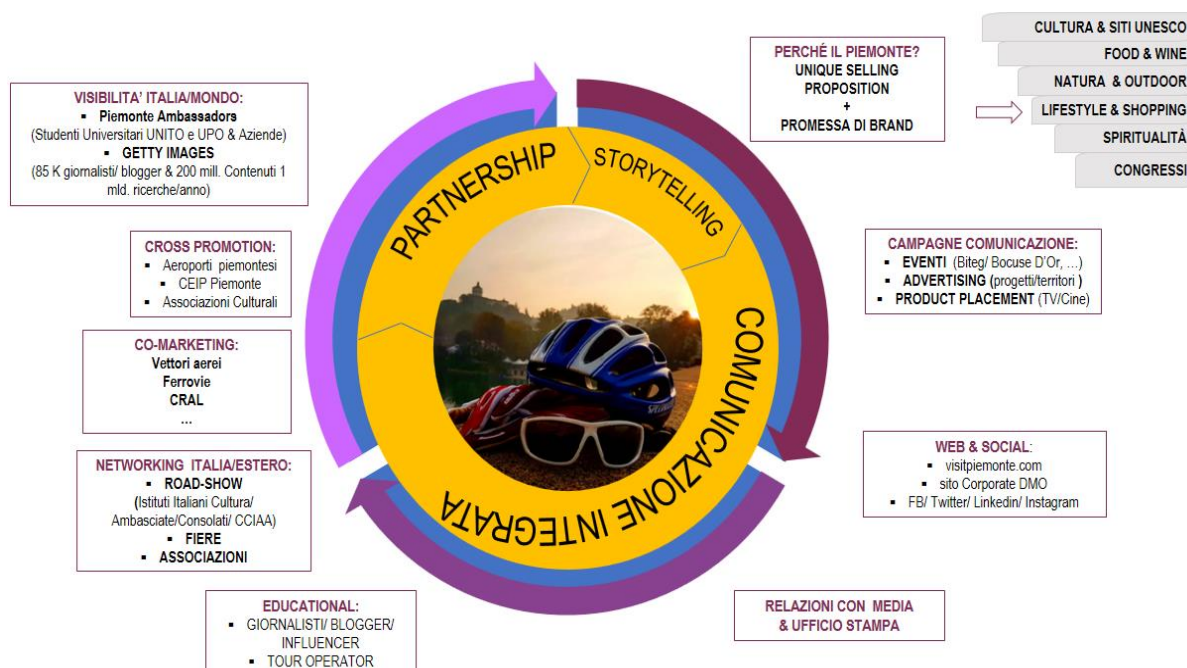
Su questa base è stata individuata la **“Unique selling proposition”** che integra le caratteristiche AAA e risponde al perché venire e visitare il Piemonte e non qualunque altra regione: il Piemonte, meta fuori dal mainstream, merita di essere scoperto per la sua **DIVERSITÀ**.

Il Piemonte, infatti, è una regione capace di offrire un'ampia gamma di esperienze, sempre autentiche e adatte alle diverse esigenze, e che si possono sintetizzare nei **cinque pilastri dell'offerta della Destinazione Piemonte:**

1. Arte Cultura & UNESCO
2. Percorsi storici e Spiritualità
3. Enogastronomia
4. Esperienze Outdoor

A cui si aggiunge anche la componente di luogo di Meetings&Eventi

Partendo dalla strategia complessiva, si è definito il piano di comunicazione integrato, articolato in varie leve, come sintetizzato nello schema qui di seguito:



Nella scelta del **media mix** e **relativa allocazione di budget**, è stato definito un **mix che integra mezzi on e offline**.



Alle campagne di advertising e comunicazione si è affiancata anche un'attività connessa al piano strategico della società, con il cambiamento di nome e re-branding, inclusa identità visiva come descritto di seguito

RE-BRANDING

Nel 2018 la società ha cambiato i propri vertici (Amministratore Unico e Direttore Generale) e ha intrapreso un percorso di riposizionamento strategico, un **total rebranding** pensato per rafforzare, a livello nazionale e internazionale, la visibilità del Piemonte.

"VisitPiemonte. A surprise every day" dal 9 di aprile è la nuova denominazione con logo, colori e pay-off interamente rivisitati per trasmettere, in modo efficace e immediato, il ruolo e la mission della società di promozione turistica e valorizzazione agro-alimentare piemontese. Il nuovo logo di VisitPiemonte è stato pensato per un utilizzo coordinato – in termini di grafica e contenuti – con il logo istituzionale turistico realizzato dalla Regione Piemonte: "Piemonte – The Place to experience".

RIEPILOGO DEI PROGETTI DI COMUNICAZIONE ED EVENTI DEL PRIMO SEMESTRE 2019

- **Visibilità nazionale-internazionale:**
 - **Bocuse d'Or finale mondiale a Lione**
 - **Lonely Planet**
 - **Roadshow agli Istituti Italiani di Cultura all'Estero:** Cina (Pechino, Shanghai), Francia (Parigi, Lione), Germania (Monaco, Berlino)
 - **"Piemonte On The Move"** al Festival di Cannes 2019
 - **Piedmont Pavilion.** Il Piemonte alla OFF Biennale di Venezia 2019
 - **Ambassador per il Piemonte**
 - **Premiazione degli Chef stellati**
- **Progetti territoriali:**
 - **2019 Anno di Leonardo**
 - **2019 Fausto Coppi.** Storia di un campione
 - **2019 Anno del Romanico**
 - **Terre d'acqua tra riso e canali**
 - **ENIT - Giro d'Italia**
 - **Le Valli di Lanzo -** La palestra outdoor di Torino: Valli di Lanzo, percorsi green. Outdoor, gusto e spiritualità a 45 minuti in treno da Torino
- **Progetti dedicati all'agroalimentare:**
 - **2019 Anno del Dolcetto.** Il Dolcetto in tutte le sue dimensioni
 - **Vendemmia a Torino 2019 -** Grapes in Town: evento di promozione delle eccellenze vitivinicole piemontesi con degustazioni e masterclass
- **Turismo congressuale:**
 - **IMEX Francoforte:** fiera per meeting e viaggi incentive
 - **BITEG -** Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico: incontri "B2B" tra operatori italiani specializzati nella vendita di pacchetti turistici enogastronomici e compratori internazionali
 - **Masters of Magic** World Convention 2019
- **Comunicazione web e social:**
 - Restyling contenutistico e iconografico del sito web B2C visitpiemonte.com rivolto ai visitatori. Nel secondo semestre si interverrà anche sul sito corporate.
- **Progetti europei:**



- **PITEM Outdoor** - Animazioni territoriali: piano integrato di sviluppo del turismo Outdoor nell'ambito del programma europeo di cooperazione transfrontaliera Francia-Italia Alcotra 2014 – 2020
- **TVA** – Trenino Verde delle Alpi motore della mobilità ecologica tra l'Ossola e il Vallese: attività per un turismo slow ed ecosostenibile tra Italia e Svizzera con il Progetto TVA
- **Shooting fotografici:** con Getty Images, a seguito di accordi, sono state realizzate varie riprese fotografiche e shooting in diversi luoghi del Piemonte:
 - Novarese
 - Vercellese
 - Biellese
 - Langhe
 - Monferrato Astigiano
 - Nord distretto dei Laghi
 - Ovadese - Acquese

LA COMUNICAZIONE DEL PRIMO SEMESTRE IN MACRO-NUMERI

- **25** conferenze stampa con moderatore, stile talk-show
- **40** comunicati stampa
- **30** note stampa per sito corporate
- **67** post Facebook B2C
- **131** post Facebook B2B
- **41** post LinkedIn B2B
- **409** tweet + retweet Twitter B2C
- **281** tweet + retweet Twitter B2B
- **11** Video realizzati
- **8** Shooting fotografici
- **7.330** inviti inviati

 **Interreg**
ALCOTRA

 **Mito** OUTDOOR - PER MITO
Associazione per lo Sviluppo Integrato del
Parco europeo di sviluppo regionale



*Siamo lieti di invitarla alla presentazione del Piano Integrato Tematico
di sviluppo del turismo outdoor transfrontaliero.*

Dalle Alpi al Mare:
la terra dell'outdoor tra Italia e Francia
PITEM M.I.T.O. | PROGRAMMA ALCOTRA 2014 – 2020

Intervengono

Franco Ferraresi Responsabile Sviluppo della montagna e
cooperazione e transfrontaliera, Regione Piemonte

Luca Piazza Direttore Generale, VisiPiemonte

Cristina Bergonzo Responsabile Osservatorio Turistico, VisiPiemonte

Modera Alessandro Rosa | Giornalista

Sala Consigliare | Piazza Conte Rosso 7 | Avigliana

**18 giugno 2019 | h. 10.00 Accredito
| h. 10.30 - 11.30 Presentazione**

Con il patrocinio di:

RSVP info@visiapiemonte-dmo.org





Alcuni esempi di post su FB:







A) ROAD SHOW

Tra maggio e giugno sono avvenuti i roadshow internazionali di presentazione del Piemonte, organizzato in collaborazione con gli Istituti Italiani di Cultura all'estero e gli uffici ENI, con destinatari: giornalisti, operatori di settore, opinion leader, istituzioni locali e pubblico interessato alla cultura italiana.

Il format dell'evento, ideato da VisitPiemonte, prevede:

- video introduttivo, rievocativo di tutto il territorio
- slide con gli elementi salienti della nostra offerta
- presentazione Reggia di Venaria e Residenze sabaude
- performance musicale di artisti piemontesi
- degustazione di prodotti tipici regionali.

Questo format è stato mantenuto per tutti gli incontri, con piccole modifiche solo in Cina e a Cannes (dove non c'erano i musicisti piemontesi né un focus sulle Residenze Sabaude)

Le date:

- 13 maggio a Pechino
- dal 15 al 17 maggio nostro stand alla fiera ITB Shanghai
- 16 sera, sempre a Shanghai, evento organizzato da ENIT e dedicato a Piemonte, Lombardia e Veneto.
- Cannes - 19 maggio (con Film Commission);
- Berlino - 3 giugno,
- Monaco - 4 giugno;
- Lione - 24 giugno,
- Parigi - 25 giugno.

In autunno riprenderà il tour con destinazione i Paesi scandinavi e la Svizzera.





B) BLOGGER E INFLUENCER

L'obiettivo è di aumentare la visibilità e l'attrattiva del Piemonte sul mercato cinese attraverso il racconto di "celebrity" note presso i potenziali turisti. La presenza dell'attrice in Piemonte rientra nell'ambito del progetto **Joint Promotion Platform - programma europeo di promozione turistica sul mercato cinese** lanciato nel 2018 in occasione dell'anno del turismo Europa-Cina - a cui la Regione Piemonte ha aderito con il coordinamento, a livello regionale, di VisitPiemonte con:

- creazione della Joint Promotion Platform
- partecipazione a fiere in Cina
- campagna promozionale sul sito CTRIP
- realizzazione di video promozionale sul Piemonte
- Digital Travel Guide

L'accoglienza sul nostro territorio di Ma Li è stata organizzata in collaborazione con Turismo Torino e Provincia, l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero e FCPT-Film Commission Torino Piemonte: l'attrice è stata coinvolta nella realizzazione di una serie di video in alcune suggestive location curati da una troupe dell'edizione cinese della rivista Harper's Bazaar, con riprese nel centro di Torino, alla Reggia di Venaria, al Castello di Grinzane Cavour e nella tenuta Ceretto nelle Langhe. I video e i contenuti sono stati pubblicati sui principali canali della rivista e sui siti delle altre testate dello stesso gruppo editoriale, oltre che sui profili social dell'attrice.





C) COMUNICAZIONE DI PRODOTTO

1. FIERE

Elemento fondamentale per la promozione del territorio e per aumentarne la visibilità, VisitPiemonte ha preso parte alla fiera ITB- *Internationale Tourismus-Borse*- tenutasi in luoghi strategici europei e internazionali e considerata la principale business platform per l'offerta turistica mondiale:

- **Berlino** dal 6 al 10 marzo
- **Shanghai** dal 13 al 17 maggio con attività organizzative, di gestione e coordinamento in loco, di ufficio stampa e digital PR e servizi esterni

In novembre è prevista la partecipazione a WTM a Londra.







PARTE V) COMPLIANCE







PREMESSA

DMO srl è una società in *house providing* e quindi in controllo pubblico; come noto, per questo tipo di società, la legge prevede il rispetto della normativa anticorruzione, legge 190/2012, e della normativa 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. 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.

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.



A) 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. Le attività svolte sono:

- analisi dei rischi,
- misure tecniche e organizzative
- piano di miglioramento
- predisposizione del manuale sulla Privacy,
- 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
- registro dei trattamenti
- organigramma delle figure interessate dal GDPR UE/2016/679
- nomina del DPO (Data Protection Officer)
- nomina del titolare del trattamento
- nomina dei responsabili del trattamento
- piano di formazione

B) PIANO TRIENNALE ANTICORRUZIONE TRASPARENZA

In data 9.01.2019 l'Amministratore Unico, avv. Mariagrazia Pellerino, ha nominato Responsabile della Prevenzione della Corruzione e Trasparenza, il dott. Angelo Feltrin, dirigente non titolare di uffici che svolgono attività di gestione e di amministrazione attiva o, comunque, attività nei settori più esposti al rischio corruttivo. Le azioni del primo semestre:

- entro il mese di marzo è stato predisposto il **Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza per il triennio 2019 – 2021**,
- una completa rivisitazione del Codice Etico della Società,
Entrambi gli strumenti sono stati pubblicati sulla sezione Società Trasparente del sito web di VisitPiemonte-Dmo
Come da normativa ANAC è stato anche predisposto ed approvato nel mese di aprile:
- l'attestazione sull'assolvimento degli obblighi di pubblicazione dei dati ai fini della trasparenza, anch'esso pubblicato sul sito web.
- 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.

C) 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'adequatezza 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.



D) SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

A seguito della nomina di *Delegato del datore di Lavoro per la Sicurezza e Salute dei Lavoratori*, da parte dell'Amministratore Unico di DMO in data 10 luglio 2018, sono state svolte diverse attività in adempimento alla legislazione vigente TESTO UNICO 81/2008 nonché a supporto della gestione degli spazi ad uso uffici.

Le attività del primo semestre:

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.
- 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 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.
- 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.
- 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.
- 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*. Attività di rielaborazione dei contenuti emersi nelle diverse riunioni per la stesura del Sistema di Gestione sopra indicato.
- attività di interfaccia con l'RSPP per la revisione del DVR aziendale.

DESCRIZIONE ATTIVITÀ DI GESTIONE 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. In questo ultimo semestre sono emerse diverse problematiche in merito all'illuminazione del pianerottolo e scala, su via Santa Maria, e alla temperatura sempre dell'area vestibolo di collegamento tra le diverse aree uffici.
- gestione e contatti con la società 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 per questo primo semestre 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.

DESCRIZIONE ATTIVITÀ MANUTENZIONE LUOGO DI LAVORO:

- 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 nella ristrutturazione dei locali a seguito dell'ingresso nell'organico di nuovi colleghi;
- 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;
- partecipazione alla riunione periodica avvenuta il 3 maggio 2019.



PARTE VI) AMMINISTRAZIONE, PROCESSI GESTIONALI E PROCUREMENT







A) AMMINISTRAZIONE E IL 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 a DMO, 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

B) PROCUREMENT

L'attività svolta dall'area Procurement per VisitPiemonte durante questi primi sei mesi del 2019, 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 110 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.



VisitPiemonte - DMO Piemonte srl

**Amministratore Unico
Mariagrazia Pellerino**

**Direttore Generale
Luisa Piazza**