

Determina n. 059 del 21/10/2020

Oggetto: Integrazione all'impegno di spesa per l'acquisizione di servizi di monitoraggio MEDIA - stampa nazionale e locale, web, radio e tv nazionali e locali, social e stampa e web esteri - con relativa reportistica - pari a € 976,00 o.f.i

Il Direttore Generale illustra le motivazioni che hanno condotto ad assumere la presente determina:

- i rapporti tra VisitPiemonte e Regione Piemonte sono disciplinati dalla Convenzione quadro Rep. 131 del 21.6.2017 e successiva integrazione Rep. n. 89 del 22/02/2019;
- ai sensi dell'art. n. 14.3. dello Statuto di DMO Piemonte srl (denominata VisitPiemonte), in data 19 febbraio 2020 è stato approvato dall'assemblea dei soci il "Piano di attività e budget 2020";
- la Regione Piemonte precedentemente con DGR. 5-1001 del 14/02/2020 ha autorizzato il "Piano di attività e budget 2020";
- Regione Piemonte ha deciso di avviare un percorso di rilancio del settore turistico piemontese (#RipartiTurismo) che, oltre ad altre misure specifiche a sostegno degli operatori della filiera, prevede anche una campagna di comunicazione a livello nazionale e internazionale. La campagna intende valorizzare l'intero territorio piemontese come destinazione turistica, con focus sulle proposte adatte all'attuale situazione post-emergenziale e alle future evoluzioni di medio termine;
- ad aprile 2020 è stato avviato il Tavolo di Coordinamento regionale e affidato il coordinamento del gruppo di lavoro n°3 "Comunicazione e Marketing" a VisitPiemonte per il rilancio turistico della destinazione Piemonte, in collaborazione con le ATL territoriali e la Regione stessa;
- in data 06/05/2020 è stato comunicato a VisitPiemonte l'assegnazione (con Determina Regionale n. 86 del 05/05/2020) della somma di euro 550.908,50 (IVA esente art. 10 DPR 633/72) relativa al secondo trimestre 2020, per le spese riguardanti le attività istituzionali, approvate nel corso dell'assemblea del 19 febbraio 2020;
- una parte della campagna di comunicazione regionale sopra indicata potrà essere inserita nel "Piano di attività e budget 2020", nella quota parte economica di spesa non utilizzato a seguito dell'emergenza CoVid-19;
- in base quanto a quanto illustrato, VisitPiemonte ha predisposto un piano di comunicazione integrata, online e off line, che richiede lo studio e realizzazione della creatività per la campagna a sostegno della ripresa turistica del Piemonte. Le linee

guida della comunicazione prevedono che sia una “campagna ombrello” multi-soggetto, caratterizzata da una “call-to-action” con l’invito a scoprire un Piemonte poco noto e sorprendente: basata sui temi portanti dell’offerta piemontese e trasversale su tutto il territorio;

- al fine di monitorare l’attività stampa e digitale, in Italia e all’estero, legata al Piemonte e alla sua offerta turistica ed agroalimentare si è proceduto a selezionare un’agenzia specializzata di questi servizi attraverso la richiesta di n° 3 preventivi per il servizio in oggetto alle agenzie Kantar Media Srl, Mimesi e Datastampa srl.
- in base alla qualità del servizio proposto rispetto alla valorizzazione economica, si è affidato l’incarico a Kantar Media Srl ritenuta l’agenzia, più idonea rispetto alle esigenze della Società;
- l’offerta prevede nello specifico:
 - monitoraggio stampa nazionale e locale, web, radio e tv nazionali e locali, social + stampa e web esteri;
 - piattaforma di consultazione online e invio “ritagli” per email;
 - applicazione per mobile;
 - valorizzazione e analisi quantitativa;
 - possibilità di scaricare grafici e tabelle;
 - misurazione in tempo reale dell’impatto della comunicazione su tutti i media monitorati, in termini di numero di articoli, OTS (Opportunities To See) e AVE (Advertising Value Equivalent);
 - lettura ottica delle fonti media (OCR) e lettura manuale delle fonti strategiche;
 - sistema integrato in piattaforma per inviare i comunicati stampa (Kantar Reputation Media Influencer Targeting and Media Distribution) a un elenco di giornalisti italiani ed esteri, anche segmentati.

Al fine di affinare e rendere più puntuale la misurazione dell’impatto degli articoli dedicati a VisitPiemonte, si è richiesto a Kantar Media di implementare un ulteriore indicatore denominato “MIS” (Media Impact Score) che integra, oltre al valore economico, anche la reputazione tramite l’uso di indici di misurazione qualitativa (Kantar Reputation). Inoltre si è deciso di allargare l’arco temporale di monitoraggio, anticipandolo al 1° di luglio, data di avvio della campagna #RipartiTurismo.

Il Direttore Generale pertanto, alla luce di quanto sopra esposto

DETERMINA

- di integrare l'incarico di Kantar Media Srl con l'implementazione del servizio sopra descritto e di ampliare il monitoraggio avviandolo dal 1° di luglio per un importo pari a € 976,00 (o.f.i.). La somma dovrà trovare capienza nella voce di bilancio 2020 della società VisitPiemonte.

Il Direttore Generale
Dott.sa Luisa Piazza

Per presa visione

L'Amministratore Unico

Avv. Mariagrazia Pellerino