

Determina n. 66 del 26/11/2020

Oggetto: Impegno di spesa per incarico a: RCS pari a € 48.787,80 (o.f.i), Cairo Communication pari a € 19.920,00 (o.f.i) e €18.300,00 (o.f.i), Manzoni pari a € 48.787,80 (o.f.i), Mediamond pari a € 12.200,00 (o.f.i) € 12.200,00 (o.f.i), Sole24H pari a € 39.040,00 (o.f.i), Hearst pari a € 24.400,00 (o.f.i), Speed Editoriale pari a € 12.200,00 (o.f.i), Piemme Edizioni pari a € 36.600,00 (o.f.i), Domus Edizioni pari a € 24.400,00 (o.f.i), Circuito Ansa pari a € 9.760,00 (o.f.i), Circuito locale Netweek pari a € 12.200,00(o.f.i), Circuito locale OPQ pari a € 12.200,00 (o.f.i), Consorzio Turistico Terre Fausto Coppi pari a € 12.000,00 (o.f.i) relativi alla seconda tranche del piano di comunicazione #RipartiTurismo.

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

- come è noto, 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";
- in data 06/05/2020 è stato comunicato a VisitPiemonte l'assegnazione (con Determina Regionale n. 33 del 206/02/2020) 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;
- la 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 la Regione ha avviato il Tavolo di Coordinamento regionale ed ha affidato a VisitPiemonte la supervisione del gruppo di lavoro n°3: "Comunicazione e Marketing" per il rilancio turistico della destinazione Piemonte, in collaborazione con le ATL territoriali e la Regione stessa;
- in base quanto a quanto illustrato, VisitPiemonte ha predisposto un piano di comunicazione integrata, online e off line a sostegno della ripresa turistica del Piemonte, attraverso 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;

- con determinazione n. 280 del 25.11.2020, la Direzione Cultura, Turismo e Commercio di Regione Piemonte, ha provveduto ad impegnare a favore di VisitPiemonte, l'ulteriore somma di euro 1.606.817,00 (IVA esente art. 10 DPR 633/72) a copertura delle spese per le attività relative al secondo semestre 2020 definite istituzionali - nella convenzione rep. 131 del 21.6.2017 e s.m.i. stipulata tra la Regione Piemonte e VisitPiemonte e dalla DGR n. 3 – 2122 del 20.10.2020 - del Piano e del Budget rimodulati 2020 della società stessa, che ricomprende anche la seconda wave invernale della pianificazione media per il rilancio del settore turistico piemontese (#RipartiTurismo);
- in base quanto a quanto sopra illustrato, VisitPiemonte ha predisposto la seconda tranche della programmazione media a completamento del piano #Ripartiturismo e procede all'avvio della pianificazione dei mezzi - condivisa con la Regione Piemonte – avvalendosi delle concessionarie individuate sulla base di parametri connessi al target di riferimento, la copertura geografica, l'audience raggiunta, la reputazione dei singoli mezzi gestiti, etc.. Le trattative sono realizzate attraverso il sistema MePa e, solo laddove una concessionaria non sia presente sul MePa, attraverso trattativa diretta. Qui a seguire la pianificazione concordata:
 - **RCS Pubblicità** per la realizzazione di:
 - n. 3 Junior Page su Corriere della Sera;
 - n. 1 Half Page su Corriere di Torino + 1 intera su Corriere Torino;
 - n. 1 pagina adv tabellare su "Io Donna";
 - n. 1 pagine adv tabellare su "Sportweek";
 - n. 1 pagina adv tabellare/publireddazionale su "Oggi";
 - n. 1 pagina adv tabellare/publireddazionale su "7";
 - n.1 half page web veicolata su circuito RCS con 432.000 impression garantite;
 - n.1 pagina pubbliredazionale DOVE

per complessivi € 48.787,80 (o.f.i).

- **Cairo Communication** per la realizzazione di:
 - N.1 uscita su mensile "BELL' EUROPA" monografico;
 - N.1 uscita su settimanale "F" n.48;
 - N.1 uscita sul settimanale "F" n.5 uscita 27/1;
 - N.1 uscita sul settimanale "F" n.7 uscita 10/2;
 - N.1 uscita sul mensile "BELL' EUROPA" n.333 uscita 01/01/2021
 - N.1 uscita su settimanale "F" n.2 uscita 13/01/2021;
 - N.1 uscita sul mensile "BELL' ITALIA" n.417 uscita 02-gen
 - N.1 uscita sul mensile "BELL' ITALIA" 418 uscita 02-feb
 - N.1 uscita sul mensile "BELL' EUROPA" n.334 uscita 01-feb

per complessivi € 18.300,00 (o.f.i.);

▪ **Cairo Communication** per la realizzazione di:

- seconda tranche degli spot televisivi della durata di un minuto in onda su "La 7"

per complessivi € 19.920,00 (o.f.i.);

▪ **Manzoni Advertising** per la realizzazione di:

- n. 3 pagine adv last minute su La Stampa a gennaio e febbraio;
- n. 3 pagine adv last minute su Repubblica a gennaio e febbraio;
- n. 1 pagina adv tabellare su D in uscita il 19/12;
- n. 1 pagina adv tabellare su Il Venerdì in uscita il 19/12;
- n. 1 pagina su National Traveller in uscita il 01/02
- n. 1 campagna radio su RADIO CAPITAL con 42 spot su della durata 30" per 7 giorni con 6 passaggi al giorno nel mese di gennaio.

per complessivi € 48.787,80 (o.f.i.).

▪ **Gruppo Mediamond** per la realizzazione di:

- N.1 pagina ADV su GRAZIA in uscita il 30/12;
- N. 3 pagine ADV su CHI in uscita il 30/12, 20/01, 20/02;
- N. 1 pagina publiredazionale su DONNA MODERNA in uscita l'11/02

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i);

e su **Radio Monte Carlo**

- N.1 settimana di citazioni con Maurizio di Maggio nell'ambito della trasmissione "In viaggio con Di Maggio dal 14 al 18 dicembre;
- N. 12 giorni di campagna con spot da 15" per un totale di 84 spot nel mese di gennaio.

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i).

▪ **Gruppo Il Sole 24Ore** per la realizzazione di:

- n. 4 avvisi da 1 /4 di pagina ciascuno su Il Sole 24 ore;
- n. 1 pagina intera su Il Sole 24 Ore ed Nord ovest;
- n. 4 settimane di permanenza con banner su ilsole24ore.com;
- n. 2 pagine adv su How to Spend di gennaio e febbraio;
- n. 2 settimane con spot di 20" su Radio24.

per complessivi € 39.040,00 (o.f.i).

▪ **Gruppo Hearst** per la realizzazione di:

- 1 pagina publiredazionale su ELLE Gourmet di dicembre;
- 2 branded content su Elle.it e Marieclaire.it in full domination accompagnati dalla pubblicazione due post su Facebook e Instagram nelle rispettive pagine delle testate sopra citate

per complessivi € 24.400,00 (o.f.i).

▪ **Piemme edizioni** per la realizzazione di:

- N 3 uscite Junior page a dicembre, gennaio e febbraio sul quotidiano Il Messaggero;
- N. 1 uscita sul Il Messaggero.it (Geoloc. Lazio) dal 14 al 20 dicembre con 1 mln di impression;
- N. 3 uscite in Junior page a dicembre, gennaio e febbraio sul quotidiano Il Gazzettino;
- N. 1 uscita su il Gazzettino.it (Geoloc. Veneto Friuli) dal 14 al 20 dicembre con 1 mln di impression;
- N. 3 pagina sul settimanale Famiglia Cristiana n. 51 del 20 dicembre, n. gennaio e n. di febbraio.
- N. 1 uscita su Leggo Digital con Top Box (Geoloc. Milano) nel mese di dicembre con 300mila impression

per complessivi € 36.600,00 (o.f.i).

▪ **Speed editoriale** per la realizzazione di:

- N. 1 pagina QN Itinerari ADV Food;
- N. 1 pagina pluridirezionale su QN Week End dicembre;
- N. 1 pagina QN Itinerari Gennaio;
- N. 1 pagina pluridirezionale su QN Week End Gennaio;
- N. 1 pagina pluridirezionale su Week End Febbraio;

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i).

▪ **Edizioni Domus** per la realizzazione di:

- N. 1 Speciale Outdoor Inverno dedicato al Piemonte della neve allegato a Meridiani Montagne di gennaio 2021 con 2 pagine ADV;
- N. 1 uscita web su Montagna.tv a dicembre 2020 nella sezione bacheca con 500.000 impression e Custom Content;
- N. 1 publiredazionale di 4 pagine su Meridiani Cammini di gennaio;
- N. 1 publiredazionale di 2 pagine su Meridiani di febbraio;

per complessivi € 24.400,00 (o.f.i).

▪ **Circuito Publi In - Netweek** per la realizzazione di:

- N. 3 uscite formato ¼ di pagina sui periodici del gruppo Netweek per il mese di dicembre, gennaio e febbraio;

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i).

▪ **Circuito OPQ** per la realizzazione di:

- N. 3 uscite formato ¼ di pagina sui periodici del gruppo OPQ per il mese di dicembre, gennaio e febbraio;

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i).

▪ **Circuito ANSA** per la realizzazione di:

- N. 2 Speciali su ANSA.IT realizzati dalla redazione corredati testo e approfondimenti legati al Piemonte turistico;

per complessivi € 9.760,00 (o.f.i).

- **Consorzio turistico “Terre Fausto Coppi”** per la realizzazione di:
 - N.1 Noleggio e attivazione di un maxischermo ledwall per la durata di 12 mesi e messa in onda di video promozionali del territorio presso il punto di accoglienza dell’Outlet di Serravalle;

per complessivi € 12.000,00 (o.f.i).

Il Direttore Generale, alla luce di quanto sopra esposto

DETERMINA

di impegnare le somme, qui a seguire e sopra esplicitate a:

- RCS Pubblicità € 48.787,80 (o.f.i);
- Cairo Communication € 18.300,00 (o.f.i) e € 19.920,00 (o.f.i);
- Manzoni Advertising € 48.787,80 (o.f.i);
- Gruppo Mediamond € 12.200,00 (o.f.i) e 12.200,00 (o.f.i);
- Gruppo Il Sole 24Ore € 39.040,00 (o.f.i);
- Gruppo Hearst € 24.400,00 (o.f.i);
- Piemme edizioni € 36.600,00 (o.f.i);
- Speed editoriale € 12.200,00 (o.f.i);
- Edizioni Domus € 24.400,00 (o.f.i)
- Circuito Publi In - Netweek € 12.200,00 (o.f.i);
- Circuito OPQ € 12.200,00 (o.f.i);
- Circuito ANSA € 9.760,00 (o.f.i);
- Consorzio turistico “Terre Fausto Coppi” € 12.000,00 (o.f.i);

a copertura dei costi relativi alla pianificazione della seconda tranche della campagna #RipartiTurismo. Tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2020.

Il Direttore Generale
Dott.ssa Luisa Piazza

Per presa visione
L'Amministratore Unico
Avv. Mariagrazia Pellerino