

Determina n. 36 del 08/07/2020

Oggetto: Impegno di spesa per incarico a RCS, Cairo, Manzoni, Mediamond Sole24H e Creatiweb per prima tranche piano di comunicazione #RipartiTurismo – impegno di spesa €85.000,00 (o.f.e) 103.700,00 (o.f.i.)

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

- ai sensi dell'art. n. 14.3. dello Statuto di DMO Piemonte scrìl (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";
- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- una parte della campagna di comunicazione 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. La creatività deve prevedere la possibilità di essere successivamente declinabile da ogni singola ATL piemontese per promuovere il proprio specifico territorio;
- attraverso l'attivazione della procedura di gara per lo studio e realizzazione della creatività per la campagna di comunicazione on line e off line a sostegno della ripresa turistica del Piemonte è stata incaricata l'agenzia Ydee che ha realizzato una "campagna ombrello" e multi-soggetto declinata in versioni multimediali;
- la pianificazione è stata condivisa con la Direzione Turismo dell'Assessorato regionale e presentata anche in conferenza stampa il 7 luglio scorso, successivamente si è avviata la pianificazione della campagna B2C su stampa, radio e digital rivolta al mercato italiano, attraverso trattativa diretta sul sistema MePA con le seguenti case editrici e concessionarie pubblicitarie individuate per ragioni di copertura geografica, profili di audience e piattaforme gestite.
 - RCS Pubblicità per la realizzazione di:
 - n.1 Junior page sul quotidiano "Corriere della Sera" in uscita entro la seconda metà di luglio;
 - n. 1 pagina ADV sul settimanale "Io Donna" in uscita 18/07;
 - n. 1 pagina ADV sul settimanale "Dove 8" in uscita 24/07;
 - n. 1 pagina ADV sul settimanale "7 del Corriere della sera" in uscita 24/07;
 - n. 1 native sul canale Viaggi Corriere.it in uscita entro la seconda metà di luglio.
 - Cairo Pubblicità per la realizzazione di:
 - n. 1 pagina ADV sul mensile "Bell'Italia" in uscita il 2 Agosto;
 - n. 1 pagina ADV sul settimanale "F" in uscita il 14 luglio;
 - Manzoni Advertising per la realizzazione di:
 - n. 2 pagina tabellare su "La Stampa" (nazionale) in uscita stand-by last minute;
 - n. 2 pagina tabellare su "La Repubblica" in uscita stand-by last minute;
 - n. 1 pagina tabellare su "D La Repubblica" in uscita il 24/07.
 - Gruppo Il Sole 24Ore per la realizzazione di:
 - n. 1 Junior page ADV sul "il Sole 24Ore" in uscita il 16/07;
 - n. 1 pagina ADV o redazionale sul magazine "IL" in uscita 28/08;
 - n. 1 banner promozionale "ilsole24ore.com" in uscita il 19/07;
 - n. 1 settimana di PROMO24 da 45 secondi e 6 promo al giorno dalle 6 alle 24 dal 19/07.
 - Gruppo Mediamond per la realizzazione di:
 - n. 1 adv tabellare sul settimanale Grazia;
 - n. 1 adv tabellare sul settimanale Donna Moderna;

- n. 1 adv tabellare sul settimanale CHI;
e su Radio Monte Carlo
- 1 settimana dal 20 al 24 luglio sponsorizzazione “In viaggio con di Maggio”;
- 2 settimana dal 27 al 2 agosto “Ora esatta Morning e Day”.
- Inoltre l’agenzia Creatiweb per la realizzazione di una campagna di sviluppo traffico di consultazione su Facebook e Instagram per allargare la visibilità e aumentare l’efficacia della medesima campagna di advertising.

Il Direttore Generale pertanto, alla luce di quanto sopra esposto

DETERMINA

- di impegnare la somma di € 103.700,00 o.f.i., per la copertura dei costi relativi alle spese sopra esplicitate.
- Tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2020.

Il Direttore Generale
Dott.ssa Luisa Piazza

Per presa visione
L'Amministratore Unico
Avv. Mariagrazia Pellerino