



Piemonte

L'esperienza che non ti aspetti

RELAZIONE ANNUALE 2024

GENNAIO – DICEMBRE

Sommario

OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE PIEMONTE.....	7
STATISTICHE UFFICIALI DEL TURISMO	7
STUDIO “IL TURISMO NELL’ECONOMIA DEL PIEMONTE”	11
SONDAGGIO SULLA PROPENSIONE DELLA POPOLAZIONE ITALIANA ALL'ACQUISTO DI UN VIAGGIO IN PIEMONTE.....	11
SENTIMENT ANALYSIS.....	13
OSSERVATORIO LANGHE MONFERRATO ROERO	15
OSSERVATORIO TURISTICO BIELLESE	16
OSSERVATORIO TURISTICO DEL CUNEESE	19
OSSERVATORIO DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA.....	22
RESIDENZE REALI SABAUDE.....	24
MOBILITY ANALYSTICS – TELEFONIA MOBILE	26
SPEND INDEX – RICADUTA ECONOMICA	27
ATTIVITÀ DI DIVULGAZIONE	28
PROGETTO INTEROPERABILITÀ.....	31
PARTECIPAZIONE AL COORDINAMENTO TECNICO DEL TURISMO DELLE REGIONI ITALIANE – TAVOLI TEMATICI E RACCORDO CON IL MINISTERO E ATTIVITA’ DI SUPPORTO AI REFERENTI PROVINCIALI PER AGGIORNAMENTO DATI DI PIEMONTE DATI TURISMO (ROSS 1000)	33
TEAM COMUNICAZIONE, EVENTI E LOGISTICA	34
a) Eventi e progetti realizzati	34
a1) Fiera Internazionale A&T 2024.....	34
a2) Vie Storiche di Montagna	36
a3) Via Francigena for all.....	44
a4) Tour de France 2024.....	55
a5) Progetto Comunicazione Montagna estate-autunno 2024	56
a6) Attività di comunicazione e promozione per le NITTO ATP FINALS, 10 – 17 NOVEMBRE 2024	68
a7) Azioni di promozione con il Torino Airport e promozione del prodotto montagna invernale.....	79
a8) Vendemmia a Torino - Grapes in Town/ FUNT.....	84
a9) Colline del Monferrato Unesco tra Gusto e Tradizione/ FUNT	88
a10) Promozione prodotto Outdoor per una fruizione sostenibile del territorio 2024 /FUNT 2024	91
a11) Iniziative di valorizzazione dei prodotti d’eccellenza, delle tradizioni locali e della cultura immateriale / FUNT.....	101
a12) Grand Tour UNESCO 2024.....	109

a13) Rassegna stampa quotidiana e monitoraggio stampa	111
a14) Newsletter digitale mensile	112
a15) Supporto alle richieste di testi, contenuti, virgolettati, press tour e media relations.....	112
a16) Redazione Comunicati stampa	115
a17) Restyling sito e interoperabilità 2024.....	116
a18) Social Media System di Visit Piemonte.....	128
a19) 20a edizione di Connect Aviation Route Development Forum – Azioni di comunicazione a supporto.	138
a20) Una Montagna di Esperienze: turismo sostenibile sul sentiero Italia CAI in Piemonte	140
a21) Grafica Stand, ricerca immagini e promozione eventi	142
TEAM TRADE, FIERE E EVENTI INTERNAZIONALI.....	144
a) FIERE E EVENTI DI PROMOZIONE INTERNAZIONALE	144
a1) Vakantiebeurs Utrecht - 11/14 gennaio 2024	144
a2) Fitur Madrid, 24/28 gennaio 2024	145
a3) Connect – Route Development Forum	146
a4) Free Monaco - 14/18 febbraio 2024	151
a5) Educational neve Scandinavia – 25-29 Febbraio 2024	152
a6) Barolo & Friends – Stoccolma, 19 febbraio 2024.....	153
a7) ITB Berlino – 5/7 marzo 2024	155
a8) Salon du Randonneur – 24/26 marzo 2024	157
a9) Roadshow mercati DACH (Zurigo, Monaco), 13-14 Maggio 2024	158
a10) Barolo & Friends – Copenaghen, 15 maggio 2024	160
a11) Summer Fancy Food – New York, 23/25 giugno 2024.....	162
a12) IGTM, Lisbona 14/17 ottobre 2024	163
a13) WTM, Londra 5/7 novembre 2024.....	165
b) GOLF.....	168
b1) Realizzazione shooting e video dei campi piemontesi	168
b2) Attività di media relation e social media advertising	170
c) PROMOZIONE DEL PIEMONTE PRESSO LE COMUNITÀ DI ORIGINE PIEMONTESE ALL'ESTERO	173
c1) Realizzazione video promozione territoriale del Piemonte.....	173
c2) Ospitalità delegazione FAPA.....	173
c3) FamTrip tour operator Argentina.....	174
c4) FAM Trip influencer Argentina.....	176
c5) ROOTS IN – Borsa Internazionale del Turismo delle Origini – Matera,18/19 novembre 2024.....	178

c6) Adattamento materiale promozionale e supporto alle iniziative internazionali, anche all'estero.....	181
d) PROMOZIONE OFFERTA REGIONALE 41° ASSEMBLEA ANCI 2024 - ANCI OFF	182
d1) Presidio stand Regione Piemonte in occasione dell'evento ANCI OFF - 22/22 novembre 2024	183
d2) Realizzazione di materiale promozionale	185
AREA MARKETING	188
ATTIVITÀ ORDINARIE	188
MARKETING AGROALIMENTARE.....	188
Piemla - La mela del Piemonte. Unica, come te" a Fruttinfior di Lagnasco	189
Anno del nuovo vitigno	192
Fieramente in Piemonte. Piccole sagre, grandi prodotti.....	197
Terra Madre Salone del Gusto.....	204
Altri eventi.....	217
Allestimento florovivaistico location e partecipazione a iniziative dedicate al settore.....	222
Pescare in Piemonte	223
Materiale promozionale	225
Attività social	226
ATTIVITÀ PROGETTUALI.....	230
ATTIVITÀ MARKETING AGROALIMENTARE.....	230
Distretti che nutrono – Incontro nazionale dei Distretti del Cibo	230
G7 AGRICOLTURA - SIRACUSA	239
ATTIVITÀ MARKETING TURISTICO.....	245
ALTO PIEMONTE – GRAN MONFERRATO CITTA' EUROPEA DEL VINO 2024.....	245
GLI AWARDS DEL GUSTO.....	273
DOLCISIMARTE 2024	279
ATTIVITÀ MARKETING FORESTALE	293
EVENTI FORMATIVI FORESTE.....	293
AREA MICE E WEDDING	304
A1) ATTIVITA' MICE	304
Coordinamento regionale	304
Associazioni di settore	305
Comunicazione	305
Fiere internazionali	306
Workshop nazionali e internazionali.....	306

Osservatorio congressuale nazionale e regionale	308
Progetto Formativo Sostenibilità	309
Attività varie (oltre al piano attività ordinario)	309
Forum Connect	309
A2) ATTIVITA' WEDDING.....	310
Italy for Weddings	310
ITALY FOR WEDDINGS – THE EVENT: 6 / 8 febbraio 2024.....	310
Italy for Weddings on Tour – 11/12 ottobre.....	311
Workshop esperienziali – Distretto turistico dei Laghi 14/15 ottobre.....	312
Eventi B2B internazionali	313
Attività di comunicazione.....	314
Workshop ITALY AT HAND	315
AREA SPORT	319
a) Attività	319
a1) New York: relazioni e asset per la promozione degli eventi sportivi	319
a2) Supporto Regione Grandi Eventi Sportivi	319
a2.1 Basket Frecciarossa Final Eight 2024	319
a3) Supporto e monitoraggio attività con RCS	322
a3.1 MILANO - TORINO	322
a3.2 Giro d'Italia.....	323
a4) Analisi delle prestazioni- Piemonte Sport.org.....	323
a5) Giro d'Italia.....	324
a6) Tour de France	326
a7) Rafforzamento del portale piemontesport.org.....	332
a8) Supporto Regione per Grandi eventi sportivi.....	334
a8.1 World Skate Games 2024.....	334
a8.2 Atp.....	336
a8.3 Supporto attività per eventi: Rugby, Kings League, Vuelta.....	340
a8.4 Attività propedeutiche alle Universiadi	340
b) Appendice.....	342
b1) NEW YORK: RELAZIONI E ASSET PER LA PROMOZIONE DEGLI EVENTI SPORTIVI.....	342
b2) FINAL EIGHT BASKET 2024	345
b3) GIRO D'ITALIA.....	346

b4) SERVIZIO DI SVILUPPO WEB EVOLUTIVO DEL SITO PIEMONTESPORT.ORG	358
b5) WORLD SKATE GAMES	381
b6) ATP.....	382

OSSERVATORIO TURISTICO DELLA REGIONE PIEMONTE

STATISTICHE UFFICIALI DEL TURISMO

[RAPPORTO STATISTICO ANNUALE]

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

Il 20 marzo 2024 è stato presentato in conferenza stampa, dall'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, **"Il turismo in Piemonte nel 2023"**. Durante l'evento sono stati illustrati i risultati delle analisi del settore: **dati statistici, monitoraggio delle recensioni e indicatori di spesa**.



«Superati 6 milioni di arrivi e 16 milioni di presenze. +9,3% di arrivi e +8,6% di pernottamenti rispetto al 2022. Crescita trainata dal turismo estero in aumento del 15%. Positivo il valore del sentiment della ricettività piemontese, superiore rispetto al totale Italia».

7



Per la **presentazione al pubblico e ai giornalisti** è stato predisposto:

- il **comunicato stampa** per la divulgazione dei risultati;
- il rapporto **Dati statistici sul Turismo in Piemonte 2023** con il dettaglio dell'allegato dei **movimenti nei comuni**, pubblicato nella sezione **Osservatori** del sito web corporate di Visit Piemonte <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorioturistico/rapporto-dati-2023/>, unitamente all'allegato dei **movimenti turistici dei comuni**. Nella stessa sezione sono pubblicati il **comunicato stampa** e la **presentazione completa** commentata **"Il turismo in Piemonte nel 2023"** relativi ai dati statistici del turismo 2023 il cui estratto è stato illustrato al pubblico.

[INDICAZIONI E PROSPETTIVE]

Come da Piano delle Attività, durante il 2024 sono stati fissati momenti di divulgazione delle analisi dell'Osservatorio coerentemente con le richieste di elaborazioni specifiche da parte dell'Assessorato e della Presidenza della Giunta Regionale. In particolare:

1. all'inizio del mese di gennaio 2024: **"Turismo in Piemonte - Bilancio primi 11 mesi 2023 e prospettive per l'inverno 2023/2024"**



“Si stima un consuntivo anno che porta a chiudere il 2023 con oltre 6 milioni di arrivi e circa 16 milioni di pernottamenti, con una crescita di oltre il 10% di arrivi e di oltre il 6% di pernottamenti rispetto al 2019. Crescita nei primi 11 mesi trainata dai turisti provenienti dall'estero che vede la spesa in loco in aumento di oltre il 20% rispetto al

2. A fine luglio 2024, è stato pubblicato il report: **"Turismo in Piemonte – Primo semestre 2024"**, in cui è stato evidenziato che, nei **primi 6 mesi dell'anno**, il bilancio provvisorio del **turismo in Piemonte** ha registrato complessivamente **+2,2% di arrivi** e **+4,2% di presenze** rispetto allo stesso periodo del **2023**. L'**aumento** dei volumi è stato trainato dal **turismo estero**: **+3,1% di arrivi** e **+5,9% di presenze** rispetto al **2023**. La **componente nazionale** è cresciuta dell'**1,5%** negli **arrivi** e del **2,7%** nei **pernottamenti**. La **Germania** pur registrando un **calo** rispetto al primo semestre dell'anno precedente, ha continuato ad essere il **primo mercato estero per arrivi e presenze**, seguita da **Francia, Regno Unito, Svizzera e Benelux** che hanno **superato** tutti i valori del **2023** nei **pernottamenti**. **Sesto posto** occupato dagli **Stati Uniti d'America** in **aumento del 16%** nei **pernottamenti**.

Guardando alle **provenienze italiane**, il **Piemonte** è risultata ancora la **prima regione** di provenienza dei turisti nazionali, in **crescita dell'8%** nelle **presenze** in confronto al **primo semestre 2023**. Secondo posto per la **Lombardia**, in **calo** sia negli **arrivi** che nelle **presenze**. Seguono il **Lazio**, l'**Emilia-Romagna**, e il **Veneto**.

Analizzando le diverse aree-prodotto del territorio piemontese nei **primi 6 mesi 2024**, si è osservato che **Torino con la prima cintura** ha registrato un **aumento** sia negli **arrivi (+4,7%)** che nelle **presenze (+6,5%)** rispetto allo stesso periodo del **2023**; le **montagne** **+2,2%** negli **arrivi** e **+9,5%** nei **pernottamenti**; i **laghi** hanno registrato **-4,8%** di **arrivi** e **-6,3%** di **presenze** e le **colline**, rispettivamente, **+2,6%** e **+5,2%**. Il **sentiment** del periodo per il "**prodotto**" **Piemonte** nel suo **complesso** è stato pari a **87,7/100: valore maggiore** rispetto al totale **Italia** pari a **87,5/100**; posizionamento confermato anche per il comparto **ricettività: 86,7/100** per il **Piemonte vs 86,2/100** per l'**Italia**.

Il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** ha confermato l'aumento della fruizione turistica del territorio da parte del turismo estero. Rispetto ai **primi sei mesi dell'anno precedente**, si ha registrato **+14,9% di volumi di spesa** per un totale di **oltre 388 milioni e 600 mila di euro** per la sola quota monitorata e **+16,4%** di **numero di carte** (visitatori unici mensili).

I report completi dei risultati delle elaborazioni dei dati sono pubblicati sul sito web corporate di Visit Piemonte alla pagina <https://www.visitpiemonte-dmo.org/indicazioni-e-prospettive/>.

[RACCOLTA DATI]

Nel corso del 2024, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha realizzato le attività istituzionali, in continuità con le azioni sviluppate negli anni precedenti, operando per:

1. elaborare i **dati raccolti dei movimenti turistici** per il **consuntivo 2023**. In particolare:
 - elaborazione della sintesi di **aggiornamento DB settimanale** e a richiesta;
 - **condivisione** con i **referenti provinciali** e delle **ATL**;
 - sviluppo dell'**analisi** e il **controllo** della **qualità** dei **dati** raccolti dei **movimenti turistici** dei dati **2023** tramite l'elaborazione dei report di controllo e la realizzazione di interventi di trattamento dati in condivisione con i referenti provinciali;
 - attività di confronto con ISTAT a livello centrale per il controllo dei dati;
2. monitorare il processo di **raccolta dati dei movimenti turistici 2024**. In particolare:
 - elaborazione della sintesi di **aggiornamento DB settimanale unitamente** alla **valutazione** del **tasso di rispondenza** e del **tasso di copertura**, per la condivisione con i **referenti provinciali** e delle **ATL** ad **esclusivo uso interno** e **NON divulgabili**. Nel corso dell'anno 2024 sono stati elaborati **38 report settimanali**;
 - sviluppo della procedura di controllo della **qualità** del **dato** tramite l'elaborazione di **report di controllo**;
3. garantire il supporto continuo verso i referenti provinciali / ATL per l'utilizzo avanzato delle funzionalità della piattaforma Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000);
4. migliorare la **qualità** del **dato** attraverso interventi di assistenza agli operatori delle strutture ricettive - in particolare per le strutture che adottano l'invio attraverso il proprio software gestionale - per la correzione degli errori di trasmissione del dato.
5. migliorare la **rispondenza** dell'**invio** dei **dati statistici** dei **flussi turistici** attraverso la collaborazione con la Direzione Turismo e Finpiemonte per il controllo di adempienza come richiesto dalle leggi di bando per l'erogazione dei contributi a fondo perduto (es: L.R.18/99);
6. **assistere** gli **operatori** delle **strutture ricettive** e delle **locazioni turistiche** attraverso un servizio di Help Desk per l'accesso e l'utilizzo della piattaforma: complessivamente, per supportare le strutture ricettive e i locatori all'utilizzo della nuova piattaforma, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha gestito al proprio interno l'**Help Desk** inviando in risposta **14.150 email** attraverso la casella hd_datiturismo@visitpiemonte.com, ed effettuando **336 telefonate** e **110 incontri online** con **Google Meet** per assistenza agli utenti. Il monitoraggio dell'attività di assistenza è stato calcolato in riferimento all'anno 2024 (Gennaio - Dicembre 2024);
7. **organizzazione** di sessioni di formazione dedicate agli operatori e agli enti coinvolti nel processo di avvio delle attività ricettive:
 - un **primo appuntamento** ad **Alba** nel mese di febbraio;
 - un **secondo appuntamento** ad **Asti** nel mese di marzo;

8. **assistenza** agli utenti per **aggiornamenti** e **correzioni** dei **dati personali** presenti o assenti nelle schede anagrafiche (Nome, Cognome, Codice Fiscale) ai fini della corretta associazione dell'identità digitale alla struttura in Banca Dati Nazionale delle strutture ricettive per l'ottenimento del CIN **Codice Identificativo Nazionale (CIN)** entro la scadenza fissata dalla normativa nazionale il 1° gennaio 2025. Attività svolte prevalentemente fra Ottobre/Dicembre 2024 – **250 variazioni/sostituzioni**;

Inoltre, nell'ambito delle attività istituzionali, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha proseguito l'attività di **riferimento tecnico** per la **configurazione** del **portale Piemonte Dati Turismo** (ROSS 1000) con il **fornitore di assistenza tecnica** (GIES).

Inoltre, è proseguita l'attività già avviata a partire dall'anno precedente relativamente all'attivazione dell'accesso a Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000) attraverso autenticazione SPID:

1. **configurazione Piemonte Dati Turismo** (ROSS 1000) per consentire agli operatori la possibilità di accedere alla piattaforma **tramite SPID** in quanto necessario in virtù del fatto che il Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID) è diventato una modalità operativa per l'accesso ai servizi della pubblica Amministrazione offerti ai cittadini. A partire da maggio 2024 è iniziata l'attività di configurazione della piattaforma, che ha previsto:
 - **elaborazioni** per monitorare lo stato dell'arte del Database delle strutture ricettive;
 - **riunioni** con gli **uffici provinciali** per condividere lo stato avanzamento lavori e concordare gli interventi necessari per la raccolta dei codici fiscali;
 - **contatto** (mailing massivi) con gli **operatori** di **strutture ricettive** e **locazioni turistiche** per l'inserimento/correzione dei codici fiscali degli utenti di Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000);
 - **aggiornamento** della **configurazione** del **database** di **accesso** al **servizio Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000)** attraverso l'**unificazione** delle **utenze** di strutture/locazioni con lo stesso gestore (unico codice fiscale) e **interventi massivi** in collaborazione con GIES.

10

[ELABORAZIONE E DIFFUSIONE DEI DATI]

In continuità con gli anni precedenti (a partire dal **mele di ottobre 2020**), è stato gestito il flusso di **richieste** di **elaborazione dati** inoltrate agli uffici dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte tramite un **form dedicato** (Google Forms) da parte dei vari soggetti pubblici e privati che necessitano di informazioni per varie finalità.

Il form di richiesta è disponibile al link <https://forms.gle/XF2dLmgaVBxuq9yr7> (disponibile anche sul sito web visitpiemonte-dmo.org).

Nel 2024, sono state effettuate **231 elaborazioni personalizzate** di dati statistici e altri dati integrati richiesti da vari soggetti.

Inoltre, sono state effettuate elaborazioni ad hoc nell'ambito di specifici progetti – richieste della Direzione di Visit Piemonte e della Direzione / Assessorato al Turismo della Regione Piemonte. In particolare:

The image shows a screenshot of a Google Form titled "Richiesta elaborazione dati statistici del turismo in Piemonte". At the top, there is a header with the logo of the Osservatorio Turistico della Regione Piemonte and several partner logos (Visit Piemonte, ENIT, etc.). Below the title, there is a text input field with the email "richieste.dati@visitpiemonte-dmo.org" and a "Cambia account" link. A red asterisk indicates a required field. Below this, there is an "Email" label and a text input field with the placeholder "il tuo indirizzo email".

- **invio report di adempienza a FinPiemonte** ai fini dei controlli richiesti dalle leggi di bando per l'erogazione dei contributi a fondo perduto (es: L.R.18/99) **(3)**;
- elaborazioni dati e predisposizione di **note sintetiche / presentazioni** su richieste interne (**Ufficio Stampa Visit Piemonte / Presidente del CdA / Direttore Generale**) di Visit Piemonte e elaborazioni dati e predisposizione di **analisi e materiali** su richieste esterne (**Assessorati / Direttori regionali/locali / Altri enti**) **(60)**.

STUDIO “IL TURISMO NELL'ECONOMIA DEL PIEMONTE”

Il **turismo** riveste un **ruolo importante** nell'**economia** di molte regioni italiane e tra le amministrazioni locali si fa strada una crescente consapevolezza circa l'importanza di spostare l'attenzione dall'incremento dei volumi di domanda all'analisi del **comportamento** di **spesa**, per **identificare ed attrarre** i **segmenti** di **qualità** e più profittevoli, al di là della loro consistenza, e valutare l'impatto a livello locale. Questo per ridurre eventuali fenomeni di congestione temporale e spaziale, supportare strategie sul fronte della sostenibilità e tenere conto degli effetti del cambiamento climatico, che può influire in maniera significativa sulla consistenza e la distribuzione dei flussi turistici.

Nel mese di giugno 2024, è stata siglata la **collaborazione** tra **Visit Piemonte** e **CISSET (Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica)** con la finalità di condurre uno **studio** sull'**impatto economico** del **turismo** in **Piemonte**, aggiornando i risultati dell'analisi del 2011 realizzata a breve distanza dall'impulso dato al settore turistico dall'evento olimpico di Torino 2006.

11

Sono **due** gli **obiettivi principali** raggiunti dallo **studio**: il **primo** è quello di **disporre della descrizione** del **profilo** e **comportamento** di spesa dei **turisti internazionali** in **Piemonte** per cui si hanno dati disponibili e comparabili, mettendo a confronto le informazioni fornite da indagini annuali autorevoli come Banca d'Italia con i dati resi disponibili attraverso gli indicatori del cruscotto dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte; il **secondo** è quello di **disporre del valore del turismo complessivo** (italiani e stranieri) **nell'economia regionale rispetto ad altri settori**, la sua trasversalità in termini di impatto e gli effetti di attivazione in termini di valore aggiunto e occupazione, a partire dalla composizione del paniere di spesa dei turisti.

SONDAGGIO SULLA PROPENSIONE DELLA POPOLAZIONE ITALIANA ALL'ACQUISTO DI UN VIAGGIO IN PIEMONTE

A seguito dei risultati dei **sondaggi** sulla **popolazione italiana** circa la **propensione al viaggio** e alla **fruizione** di un **soggiorno** in **Piemonte** promosso dall'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte di Visit Piemonte, nel 2024 è stato prodotto un sondaggio consistente nella somministrazione di un **questionario** alla **popolazione italiana** relativamente all'**acquisto** di una **vacanza** in **Piemonte** per la **primavera 2024**, dove è emerso che:

- la **percentuale di italiani** che hanno **intenzione** di fare una **vacanza** in **Italia** in **primavera** è cresciuta rispetto alle dichiarazioni raccolte nei sondaggi autunnali (27%) o invernali (30%), raggiungendo il **36%** di **italiani propensi** a concedersi **qualche giorno** di **svago** e **relax soggiornando fuori casa**;

- il **Piemonte** è risultato una destinazione attrattiva per la **primavera**: sarà **sicuramente** meta turistica per il **15%** degli italiani che hanno intenzione di fare vacanza in questi mesi, **probabilmente sì** per il **45%**;
- fra le **destinazioni preferite** si sono confermate **Torino e Provincia** e **Langhe Monferrato Roero**;
- coerentemente con le preferenze complessive di vacanza, il **58%** di chi ha espresso l'intenzione di venire in Piemonte farà soprattutto un **viaggio e soggiorno culturale**, mentre il **48%** ha dichiarato di volersi dedicare all'**attività all'aria aperta**. L'**enogastronomia** è stata scelta nel **10%** dei casi;
- la scelta del soggiorno è stata indirizzata principalmente ad **alberghi/hotel** e **bed & breakfast**, mentre la scelta delle **case private** si è attestata al **23%**;
- la vacanza si concentrerà maggiormente nel mese di **aprile** o **maggio**, come per il dato italiano. Nel complesso, anche per il Piemonte il **ponte lungo** (25 aprile - 5 maggio) ha rappresentato il periodo maggiormente indicato dagli intervistati, seguito dal ponte del **1° - 5 maggio** e da quello di **Pasqua** (31 marzo - 1° aprile).

È stato realizzato anche un sondaggio "virtuale" relativamente all'acquisto di un **soggiorno** nella **nostra regione** nell'**inverno 2024/2025**, dove è emerso che:

- la percentuale di **italiani** che hanno intenzione di fare vacanza, nel periodo **dicembre/marzo**, **rimane** stabile rispetto alle passate stagioni invernali: dichiarano l'**intenzione** (sicuramente sì/probabilmente sì) il **31%** degli intervistati;
- il **49%** degli italiani intervistati - che pensa di fare una vacanza invernale in Italia - prende in grande considerazione il **Piemonte** per **trascorrere un soggiorno fuori casa**: **11% sicuramente sì** e **38% probabilmente sì** (rispettivamente 8% e 43% nel 2023);
- fra le destinazioni piemontesi più selezionate si riaffermano **Torino e Provincia** e **Langhe Monferrato Roero**;
- chi ha intenzione di venire in **Piemonte** si dedicherà, più dello scorso inverno, a **visite e soggiorni culturali** (54% contro il 43% del 2023) ed alle **attività all'aria aperta** (30%). Certamente nella nostra regione attraggono gli **sport invernali**, indicati dal **27%** dei rispondenti (24% nel 2023); cresce l'interesse per l'**enogastronomia** (20% contro il 13% del 2023);
- le **principali località sciistiche** in cui trascorrere il proprio soggiorno saranno: **Sestriere** (32%), **Sauze d'Oulx** (25%) e **Bardonecchia** (12%). **Sestriere** e **Bardonecchia** sono anche le località più conosciute e più visitate dagli intervistati;
- secondo le preferenze degli intervistati, si soggiognerà principalmente in **alberghi e hotel**; seguono **case private** e **bed and breakfast**. Non trascurabile l'indicazione della scelta di soggiornare in **case vacanze** e **agriturismi**;
- la **vacanza in Piemonte** si presenta più breve rispetto a quella in Italia: si concentrerà nel **fine settimana** per il **53%** dei rispondenti, contro il **47%** del **dato generale**. Avrà la durata di una **settimana** nel **35%** dei casi. Si svolgerà per lo più nel mese di **marzo** e nella **prima metà di gennaio**.

I report sono disponibili al seguente link: <https://www.visitpiemonte-dmo.org/sondaggi-italia/>

SENTIMENT ANALYSIS

Accanto alla parte propriamente statistica e quantitativa, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte di Visit Piemonte, continua a sviluppare riflessioni che fanno parte dell'approccio più ampio e generale indicato nel piano strategico della società in termini di misurabilità dei risultati. Infatti, se è vero che i numeri e le statistiche sono cruciali per capire i fenomeni, è altresì vero che è necessario utilizzare anche altre letture per comprendere meglio i risultati e orientare le decisioni e le priorità.

In questo senso, in raccordo con la Regione, si è continuato a monitorare la reputazione "turistica" della nostra regione tramite **"Sentiment Analysis"**, cioè **analisi della percezione di turisti e visitatori** rispetto alla **Destinazione Piemonte**, attraverso l'elaborazione di indicatori basati sulle **recensioni on-line** sui principali canali di vendita on-line (OTA – Online Travel Agency) e anche sui canali social media, unitamente al monitoraggio delle offerte delle OTA.

Lo strumento utilizzato per la **Sentiment Analysis** si fonda su una **dashboard** dinamica che permette un monitoraggio più agevole con accesso diretto.

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

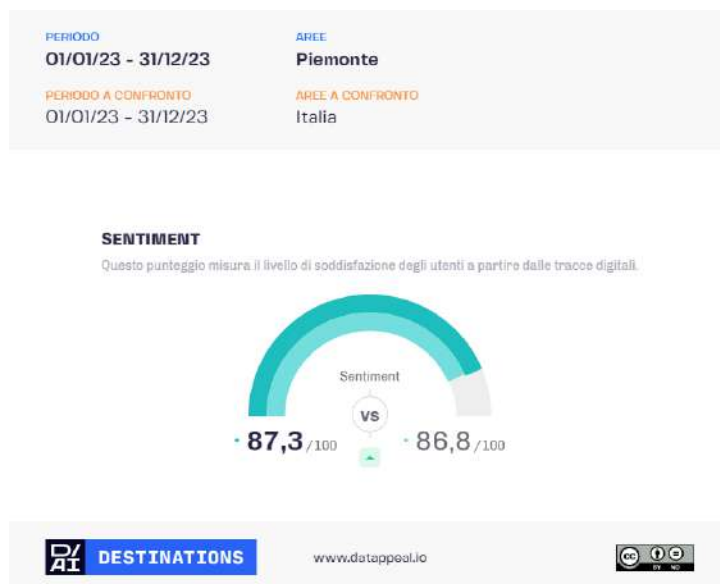
1. un **progetto di valutazione** del **"prodotto turistico"** ottenuto analizzando i punteggi indicati nei contenuti, l'ottimizzazione, la gestione e le performance per i principali canali in cui le strutture del territorio sono presenti con dettaglio per singolo canale;
2. un **punteggio** che **indica la percezione** che le persone hanno dell'offerta del territorio (complessiva e per macro-categoria), ottenuto dall'analisi semantica di tutte le recensioni e i post dei social network – **Sentiment positivo** (o **soddisfazione generale**) / **negativo**. L'output finale si articola su **quattro dimensioni di analisi**:
 - territorio (ATL, aree-prodotto);
 - categorie (strutture ricettive, ristorazione e attrattori – Point of Interest);
 - mercati (Paesi Esteri e Italia);
 - segmenti di domanda (famiglie, single, coppie con figli, coppie senza figli, viaggiatori di piacere, per business, ecc.).

13

Relativamente alle **aree-prodotto** del **Piemonte** è stato prodotto un report relativo al **consuntivo 2023**:

- nel **2023**, il monitoraggio delle recensioni on-line relative alla ricettività del Piemonte si è riferito a **6.500 punti di interesse**, mentre le **tracce digitali** elaborate per la valutazione del **sentiment** sono ammontate a **444.700**, stabili rispetto al 2022;
- il valore del **sentiment** è stato più positivo in **Piemonte** rispetto all'Italia: **86,4/100** vs **85,4/100**;
- sempre nel comparto **ricettivo**, le **Colline** hanno presentato il numero più alto di **punti di interesse** monitorati: **2.200**; seguono le **Montagne**, con **2.000**;
- **Torino e prima cintura**, invece, con **167.700**, è risultata l'area-prodotto con maggior numero di **tracce digitali**; seguono le **Colline**, **91.400**;
- nello **stesso comparto**, le **Colline** hanno presentato il maggior valore di **sentiment**, rispetto alle altre **aree-prodotto**: **90/100**; seguono le **Montagne**, con **87,8/100**;

- tutti i territori hanno registrato una **crescita** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente, con i **Laghi e Torino e prima cintura** che hanno rilevato il maggior aumento: **+0,8**.



Anche per i territori delle **ATL** è stato realizzato un report di monitoraggio per il **consuntivo 2023**:

- Turismo Torino e Provincia** è l'**ATL** che ha presentato il maggior numero di **punti di interesse** monitorati: **25.300**; seguono le **Terre dell'Alto Piemonte**, con **7.600**;
- anche in termini di volumi delle **tracce digitali** monitorati in rete, il territorio di competenza di **Turismo Torino e Provincia** ha raccolto il valore maggiore con **1.000.000** di contenuti, seguito dalle **Langhe Monferrato Roero**, con **201.100**;
- sempre dal punto di vista **complessivo** della filiera turistica, il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** ha registrato un *sentiment* più positivo rispetto agli altri territori: **90/100**; segue il **Cuneese** con **89,2/100**;
- tutte le **ATL** hanno registrato una **crescita** del valore dell'indicatore del *sentiment* online in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il territorio del **Distretto dei Laghi** ha segnato l'incremento maggiore: **+0,7**; seguono le **Langhe Monferrato Roero**, **+0,5**.

Tutti i report sono disponibili al seguente link: <https://www.visitpiemonte-dmo.org/sentiment-analysis/>

OSSERVATORIO LANGHE MONFERRATO ROERO



Nel 2024 sono proseguite le attività nell'ambito del **protocollo d'intesa** fra i **partner dell'Osservatorio Langhe Monferrato Roero** che è giunto in un a seconda fase, con la condivisione fra i partner del cruscotto di monitoraggio implementato dall'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte di Visit Piemonte**.

Nel corso del **primo semestre del 2024**, si è provveduto ad elaborare le analisi relative a **"Il turismo nelle Langhe Monferrato Roero a consuntivo 2023"**, unitamente ad uno focus legato alla **93° edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba**.

Il territorio delle **Langhe Monferrato Roero** ha registrato nel **2023** oltre **1.470.000 pernottamenti** e oltre **660.000 arrivi**.

In particolare, rispetto al **2022**, i **movimenti turistici dell'ATL Langhe Monferrato Roero** sono aumentati del **7,9%** negli **arrivi** e del **7,5%** nelle **presenze**; hanno segnato una **crescita** anche il territorio delle **Langhe** (7,5% arrivi e 5,8% presenze) e il **comune di Alba** (5,7% arrivi e 1,4% presenze).

La **componente estera** è **cresciuta** di più rispetto a quella **italiana** in tutte le aree considerate. In particolare, nell'**ATL Langhe Monferrato Roero** è stato registrato **+9,2%** negli **arrivi** e **+10,9%** nelle **presenze**, per le **Langhe**, **+7,1%** di movimenti turistici, e per il **comune di Alba**, **+8,7%** negli **arrivi** e **+9,6%** nei **pernottamenti**.

Dal monitoraggio delle recensioni on-line è emerso che il valore del **sentiment** nel **2023** sulla rete per il prodotto turistico del territorio delle **Langhe** è stato **superiore** rispetto al valore dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**: **90,7/100 vs 90/100**.

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** sul territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero** per i mesi del **2023** ha evidenziato una **crescita** dei **volumi di spesa**, dovuta prevalentemente all'aumento del numero di visitatori (numero di carte). Le tre dimensioni analizzate – carte, transazioni e spesa – hanno presentato indicatori con valori **maggiori rispetto all'anno precedente**: **+14,1%** di **volumi di spesa**; **+19,8%** di **numero di carte** (visitatori unici); **+24%** di **numero di transazioni**. Sul territorio dell'**ATL Langhe Monferrato Roero**, è stata la **Svizzera** il **primo mercato per volume di spesa**, in **crescita del 19,2%** rispetto al **2022**, seguito da **Stati Uniti d'America** (+15,8%), **Francia** (+8,1%) e **Germania** (+8,5%). Analizzando, invece, la **spesa media** del singolo visitatore, si è osservato come la **Cina** e il **Lussemburgo** siano stati i mercati con **spesa media maggiore**: rispettivamente, **quasi 460 euro** e **oltre 430 euro**.

Giovedì 4 luglio 2024, in occasione dell'evento di presentazione della **94° Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba** presso il **Castello di Roddi**, è stato illustrato lo **studio sull'impatto economico e comunicazionale** che la **93esima edizione** ha generato sul territorio della provincia di Cuneo.

Lo studio sviluppato con la **metodologia internazionale di valutazione dell'impatto degli eventi**, ha portato a valutare come la **Fiera** sia capace di generare una **spesa diretta estremamente alta** (**oltre i 18 milioni di €**) e un **impatto sull'economia** della **provincia** molto significativo, ovvero **42.282.603€**, di cui **2 milioni** circa imputabili all'**organizzazione dell'evento** stesso. La capacità di generare **reazioni economiche positive** è ancor più messa

in risalto dall'entità dei **finanziamenti** ricevuti che superano di poco i **760.000€**, generando un **impatto** sull'**economia** della **provincia** **oltre 50 volte** le risorse impiegate.

Inoltre, la **valutazione** (prudenziale) dell'**impatto** della **comunicazione** generata dall'**evento** elaborata attraverso l'**Advertising Value Equivalent**, **stimato** confrontando i **valori medi** dei **listini pubblicitari italiani** ed **internazionali** e applicando i necessari parametri integrativi, ha permesso di attribuire al **media coverage** della **Fiera** di **3.654.000€**, una **cifra superiore** di **26 volte** rispetto al **budget** di **promozione** e **comunicazione** investito da **Ente Fiera**, pari a **138.608€**, e di **78 volte** rispetto alla **spesa** per l'**acquisto** di **spazi pubblicitari** sostenuti dalla stessa (**46.905€**).

Relativamente ai **primi 7 mesi** del **2024** (**dati provvisori** aggiornati al **28/08/2024**), è stato elaborato un report sui comuni che caratterizzano **La Strada del Barolo**, in cui si è registrato un **incremento** del **4,1%** negli **arrivi** e del **3%** nelle **presenze**, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

I **movimenti** dall'**estero** sono **aumentati** del **6,7%** negli **arrivi** e del **7,8%** nei **pernottamenti**, mentre la **quota nazionale** è cresciuta dell'**1,8%** negli **arrivi**, ma è risultata in **calo** nelle **presenze**.

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** sul territorio de **La Strada del Barolo** ha evidenziato come i picchi si siano registrati nei mesi di **maggio** e **giugno**, con **valori superiori** rispetto allo stesso periodo del 2023.

L'analisi di dettaglio è stata messa a punto in occasione dell'evento "*Cosa succede al turismo nell'area del Barolo? Tra calo percepito delle presenze e rischi di overtourism*", **tenutosi lunedì 9 settembre 2024** presso l'enoteca regionale del Barolo.

16

Maggiori dettagli e visione dei report vi invita a far riferimento alla sezione web dedicata al link <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-lmr/>

OSSERVATORIO TURISTICO BIELLESE



Nel **2024** sono proseguite le attività nell'ambito del protocollo d'intesa fra i **partner** dell'**Osservatorio Turistico del Biellese**, con la condivisione fra i partner del cruscotto di monitoraggio implementato dall'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** di **Visit Piemonte** e **UnionCamere Piemonte**.

In particolare sono stati elaborati i dati relativi al **consuntivo 2023** dell'**Osservatorio Turistico del Biellese**.

Nel corso del **2023**, il **Biellese** ha accolto **circa 134.000 arrivi** e **oltre 290.000 pernottamenti**, registrando rispettivamente un **aumento** del **20,7%** e del **21,6%** rispetto all'**anno precedente**. Questo incremento ha superato la media regionale (+9,3% arrivi e +8,6% presenze), come pure quella dell'insieme della nuova ATL Terre dell'Alto Piemonte di recente costituzione (+15,8% arrivi e +13,7% presenze). Numeri positivi e trend indicativi di un interesse crescente verso questo territorio

al momento ancora poco conosciuto dal grande pubblico che ha raccolto circa il **2%** dei **movimenti turistici regionali**.

Dal punto di vista dei mercati di provenienza, circa il **70%** dei **movimenti turistici** nel Biellese sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono ritrovati nel **turismo interno** regionale e, a seguire, in **Lombardia**, **Veneto** ed **Emilia Romagna** che insieme hanno rappresentato **oltre il 70%** degli **arrivi nazionali**.

La quota dei **mercati esteri** di provenienza, pur attestandosi intorno al **30%** del totale, è **cresciuta** nel **2023** di **oltre due punti percentuali** rispetto all'anno scorso. I **principali mercati** sono **Francia**, **Germania**, **Svizzera**, **Benelux** e **USA**, che hanno rappresentato oltre la metà dei movimenti stranieri. Gli **Stati Uniti d'America**, al quinto posto, sono risultati in **crescita** di circa il **76%** in termini di **arrivi** e hanno **raddoppiato** le **presenze** rispetto al 2022.

Dall'analisi per comparto ricettivo, si è evidenziato che la **metà** dei **movimenti turistici** ha soggiornato nelle **strutture ricettive alberghiere** e, a seguire, in **case per ferie**, **CAV** e **ostelli**, **bed and breakfast** e **campeggi e villaggi turistici**. Da sottolineare l'**8,9%** di **presenze** nelle **locazioni turistiche**, in crescita dell'**84,7%** rispetto all'anno precedente.

Il **monitoraggio** delle **recensioni on-line** della filiera turistica del **Biellese** ha permesso di valutare il **sentiment** per la **ricettività**, gli **affitti brevi**, la **ristorazione** e le **attrazioni**: in particolare, il **sentiment** sulla rete del **Biellese** è risultato **maggiore** rispetto al valore **regionale**: **88,1/100 vs 87,3/100**.

Il **67%** delle persone intervistate, attraverso il sondaggio condotto da Metis Ricerche, conosce, ha visitato o soggiornato nel **Biellese**. Il **99%** di coloro che lo hanno visitato è **rimasto soddisfatto**. I luoghi più conosciuti e visitati si sono confermati il **Santuario** e **Sacro Monte di Oropa** e il **Lago di Viverone**.

17

La **filiera turistica biellese** in **senso allargato** al **31 dicembre 2023** ha segnato **1.404 realtà imprenditoriali** per **4.820 addetti complessivi**. Si tratta di una fetta rilevante (pari all'**8,7%**) del tessuto produttivo complessivo della provincia.

A seguire è stato pubblicato un report relativo ai **dati provvisori del primo trimestre 2024**.

I **movimenti turistici** nel Biellese sono risultati in **aumento** nel primo trimestre dell'anno rispetto allo stesso periodo del **2023** (**+22%** negli **arrivi** e **+19,9%** nei **pernottamenti**).

Pur rappresentando circa il **2%** dei **movimenti turistici regionali**, in questa prima fase, la **crescita percentuale** nel **Biellese** è stata **superiore** rispetto a quella registrata sul territorio dell'**ATL Terre dell'Alto Piemonte** (**+2,9%** negli **arrivi** e **+8,4%** nelle **presenze**) e sul **territorio regionale** (**+10,3%** negli **arrivi** e **+12,5%** nelle **presenze**).

Anche in questo primo trimestre, oltre il **70%** dei **movimenti turistici** nel Biellese sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono ritrovati nel **turismo interno** regionale e, a seguire, in **Lombardia**, **Veneto** ed **Emilia Romagna** che insieme hanno rappresentato **circa il 70%** dei **movimenti nazionali**.

La quota dei **mercati esteri** di provenienza è **cresciuta** di **quasi cinque punti percentuali** rispetto all'anno scorso. I **principali** sono stati **Svizzera**, **Francia**, **Germania**, **Romania** e **Benelux**. Il **Regno Unito**, all'ottavo posto, ha **raddoppiato** le **presenze** rispetto all'anno scorso.

Positivo anche il **sentiment complessivo** – su ricettività, affitti brevi, ristorazione, attrazioni, trasporti ed intrattenimento - sulla rete del **Biellese**, **maggiore** rispetto al valore **regionale**: **87,8/100 vs 87,4/100**.

Attraverso il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** si è osservato come nel **Biellese** nei primi tre mesi del **2024**, ci sia stata una **crescita** in termini di **volumi di spesa** del **33%** e di **numero di carte** del **28%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

La **filiera turistica biellese** in senso allargato al **31 marzo 2024** ha contato **1.404 realtà imprenditoriali** per **4.836 addetti complessivi**. Si tratta di una fetta rilevante (pari all'8,9%) del tessuto produttivo complessivo della provincia.

A luglio 2024, è stato pubblicato il report relativo al **primo semestre 2024**, in cui è stato evidenziato che i **movimenti turistici** del **Biellese** sono risultati in **aumento** rispetto allo stesso periodo del **2023** (**+3,9%** negli **arrivi** e **+6,6%** nei **pernottamenti**).

In questa prima fase, la **crescita** nel **Biellese** è stata **superiore** rispetto a quella registrata sul territorio dell'**ATL Terre dell'Alto Piemonte** (**-0,8%** negli **arrivi** e **+1,7%** nelle **presenze**) e sul **territorio regionale** (**+2,1%** negli **arrivi** e **+4,6%** nelle **presenze**).

Circa il **70%** dei **movimenti turistici** nel Biellese sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono ritrovati nel **turismo interno** regionale e, a seguire, in **Lombardia**, **Emilia-Romagna** e **Veneto** che insieme hanno rappresentato **circa il 70%** dei **movimenti nazionali**.

I movimenti turistici dei **mercati esteri** di provenienza sono **aumentati** nei **primi sei mesi** del **2024** del **16,3%** negli **arrivi** e del **22,9%** nei **pernottamenti**. I **principali mercati** sono stati **Francia**, **Svizzera**, **Germania** e **Benelux**. Gli **Stati Uniti d'America**, che si sono posizionati al quinto posto, hanno **incrementato** le **presenze** del **5,2%** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.

18

Positivo anche il **sentiment complessivo** – su ricettività, affitti brevi, ristorazione, attrazioni, trasporti ed intrattenimento - sulla rete del **Biellese**, **maggiore** rispetto al valore **regionale**: **88,2/100** vs **87,6/100**.

Il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** nel **Biellese**, ha evidenziato una **crescita** in termini di **volumi di spesa** del **20,9%** e di **numero di carte** del **20,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La **spesa media** per **singolo visitatore** è stata di **oltre 180€**.

La **filiera turistica biellese** in senso allargato al **30 giugno 2024** ha contato **1.412 realtà imprenditoriali** per **4.658 addetti complessivi**. Si tratta di una fetta rilevante (pari all'8,8%) del tessuto produttivo complessivo della provincia.

Infine a ottobre 2024, è stata prodotta un'analisi relativa ai **primi nove mesi 2024**, in cui si è rilevato che i **movimenti turistici** del **Biellese** sono risultati in **aumento** rispetto allo stesso periodo del **2023** (**+3,1%** negli **arrivi** e **+4,1%** nei **pernottamenti**).

In questo periodo, la **crescita** nel **Biellese** è stata **superiore** rispetto a quella registrata sul territorio dell'**ATL Terre dell'Alto Piemonte** (**-2,6%** negli **arrivi** e **+1,4%** nelle **presenze**); **maggiore** agli **arrivi regionali** (**+0,7%**), ma **inferiore** nei **pernottamenti** (**+5,2%**).

Circa il **65%** dei **movimenti turistici** nel Biellese sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono registrati nel **turismo interno** regionale e, a seguire, in **Lombardia**, **Emilia-Romagna** e **Veneto** che insieme hanno rappresentato **circa il 70%** dei **movimenti nazionali**.

I movimenti turistici dei **mercati esteri** di provenienza, la cui quota è corrisposta a **circa il 35%** del totale, sono **cresciuti** nei **primi 9 mesi del 2024** del **7,7%** negli **arrivi** e dell'**11,3%** nei **pernottamenti**. I **principali mercati** sono risultati **Francia, Germania, Svizzera e Benelux**. Gli **Stati Uniti d'America**, che si sono posizionati al quinto posto, hanno **incrementato** le **presenze** dell'**11%** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Premettendo che il risultato dell'analisi del *sentiment* risulta tendenzialmente più positiva quando si riduce il numero di punti di interesse / numero di recensioni, è emerso che il **sentiment** sulla rete del **Biellese** è **maggiore** rispetto al valore **regionale: 88,1/100 vs 87,6/100**.

Il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** nel **Biellese** nei **primi 9 mesi del 2024**, ha evidenziato una **crescita** in termini di **volumi di spesa** del **19%** e, in termini, di **numero di carte** del **18%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La **spesa media** per **singolo visitatore** è stata di **circa 175€**.

La **filiera turistica biellese** in senso allargato al **30 settembre 2024** ha contato **1.419 realtà imprenditoriali** per **4.849 addetti complessivi**. Si tratta di una fetta rilevante (pari all'8,8%) del tessuto produttivo complessivo della provincia.

Per maggiori dettagli sui report pubblicati e divulgati al pubblico vi invita a consultare la sezione dedicata al link <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-del-biellese/>

OSSERVATORIO TURISTICO DEL CUNESE

19



Nel **2024** sono proseguire le attività previste dal protocollo d'intesa dell'**Osservatorio Turistico del Cuneese**, frutto della partnership tra **Visit Piemonte, Unioncamere Piemonte** – soggetto di raccordo e rappresentanza delle imprese territoriali – e l'**ATL del Cuneese** – riferimento territoriale per la valorizzazione delle risorse turistiche locali, l'accoglienza e l'informazione turistica.

L'obiettivo dell'accordo è quello di **contribuire** allo **sviluppo economico-sociale** della **destinazione "Cuneese"** e alla **promozione** e **prosperità** del territorio **piemontese**, con particolare attenzione alla **filiera turistica** attraverso iniziative di **marketing** e **promozione** che aumentino l'attrattività del prodotto turistico territoriale e la ricaduta economica sostenibile.

A tal riguardo, è stato sviluppato un report per presentare i dati a **consuntivo 2023**, unitamente ad **indicazioni** sulla **stagione primaverile** e ad un focus sul **"ponte del 25 aprile"**.



Nel **2023**, il territorio del **Cuneese** ha registrato un **incremento** del **9,3%** negli **arrivi** e dell'**11,1%** nelle **presenze**, rispetto all'anno precedente.

I **movimenti** dall'**estero** sono **aumentati** del **14,9%** negli **arrivi** e del **20,6%** nei **pernottamenti**, mentre la **quota nazionale** ha registrato una **crescita** più contenuta: **+7%** per **arrivi** e **+7,5%** nei **pernottamenti**.

Il **monitoraggio** della **spesa** effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** sul territorio dell'**ATL del Cuneese** per i mesi del **2023** per la sola quota monitorata ha evidenziato una **crescita** su tutte e tre le dimensioni analizzate – spesa, carte e transazioni: **+17,5%** di **volumi di spesa**; **+16,7%** di **numero di carte** (visitatori unici); **+20,4%** di **numero di transazioni**.

Il **sentiment** sulla rete dell'**ATL del Cuneese** è stato **superiore** rispetto al valore del **Piemonte: 89,2/100** vs **87,3/100** e il valore del **sentiment** del **comparto ricettivo** è risultato ancora migliore: **89,7/100**, superiore al valore del Trentino. **Ottima** la **valutazione** dello **staff** delle strutture: **96,9/100**.

Per il **“Ponte del 25 aprile”** e del **1°maggio (25/04/2024 – 05/05/2024)** la **saturazione** delle **OTA** ha registrato nell'**ATL del Cuneese** (aggiornata al 18/04/2024), corrispondente al **13%** (**-18,2%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente); al **26 aprile** è stata rilevata la **saturazione** e la **tariffa media** più elevata, rispettivamente **22,9%** e **98€**. Le **offerte disponibili** sono ammontate a circa **18.800**, mentre le **offerte vendute** a circa **2.775**, per un **totale complessivo** di **21.575**.

Rispetto al **2023**, considerando il periodo **25/04/2024 – 01/05/2024**, si è assistito ad un **calo** del **totale complessivo** del **numero di offerte** del **18,1%**.

Il **52%** degli italiani intervistati, attraverso il sondaggio condotto da Metis Ricerche, conosce o ha visitato o soggiornato nel **Cuneese**. Il **99%** di chi lo ha visitato ne è rimasto **soddisfatto**.

La **filiera turistica cuneese** in senso allargato ha contato a fine 2023 oltre **3.900 localizzazioni d'impresa**. Il **30,3%** è costituito da imprese femminili, il **10,8%** da imprese straniere, mentre solo il **10,4%** da imprese giovanili.

Nel corso del mese di novembre 2024 è stata elaborata un'analisi specifica relativa ad alcuni eventi individuati dai referenti dell'**ATL del Cuneese**. In particolare, attraverso l'analisi dei **dati**



statistici giornalieri¹ dei **movimenti turistici** si è cercato di **valutare** il possibile **impatto turistico** di **eventi specifici** promossi anche da punto di vista turistico.

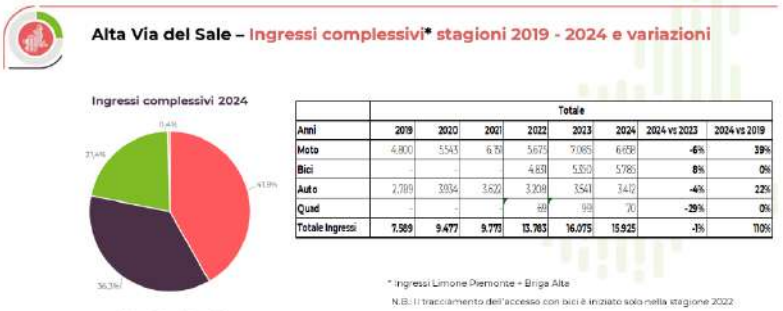
L’elaborazione si è focalizzata sui **dati statistici** di **arrivi** e **pernottamenti** registrati nelle strutture ricettive e nelle locazioni turistiche del **comune di Cuneo** per il mese di **maggio, agosto, settembre** ed **ottobre** per gli anni **2023** e **2024**, con un focus specifico sugli eventi di **Montagna Festival, Mirabilia International Circus & Performing Arts Festival** e la **Fiera Nazionale del Marrone**.

Mentre per il **comune di Mondovì**, invece, l’analisi ha riguarda i dati statistici dei movimenti turistici del fine settimana **27-28-29 settembre 2024** (dove sabato 28 si è esibito il deeJay **Bob Sinclair**) confrontati con quello **precedente (20-21-22 settembre 2024)** e con l’ultimo weekend di **settembre 2023**.

A metà del mese di **dicembre 2024**, è stato condiviso e pubblicato il report dedicato agli **ingressi sull’Alta Via del Sale nell’estate 2024**

(13#_AltaViaDelSale_nov2024):

l’Osservatorio Turistico della Regione Piemonte ha elaborato i dati relativi ai **fruitori dell’Alta Via del Sale** nel corso dell’**estate 2024** raccolti con la collaborazione di **Conitours** e del **Comune di Briga Alta**, unendo i risultati del cruscotto di indicatori declinato sul Cuneese – movimenti turistici, recensioni, sentiment on-line e profilo di spesa.



L’Osservatorio Turistico del Cuneese, ha avviato, in questa **stagione invernale 2024/2025**, lo studio dell’**impatto economico**, della **ricaduta occupazionale** e dell’impatto sul **patrimonio immobiliare del turismo degli sport invernali**, con l’obiettivo di **valutare il livello** di **sostenibilità** delle grandi stazioni sciistiche di **Prato Nevoso, Limone Piemonte** e **Pian Muné**.

L’obiettivo è **conoscere** il **posizionamento** e l’**andamento** del **prodotto turistico** legato agli **impianti sciistici**, attraverso un **cruscotto** di **monitoraggio ad hoc** che consenta di analizzare la **brand awareness** del prodotto e la **domanda**: chi sono i visitatori, da dove vengono, quanto si fermano, quanto spendono, quanto sono soddisfatti etc., individuando **punti di forza** e **criticità** e supportando la **definizione** di **scenari** e **opportunità di sviluppo**.

Integrando l’analisi con la voce degli stakeholder e l’elaborazione dei dati di occupazione, tessuto economico e del valore immobiliare, verrà messo a disposizione delle destinazioni uno strumento scientifico per **mettere a punto modelli di sviluppo** che abbiano **effetti positivi su economia, società e ambiente**: **strategie innovative** che **valorizzino il turismo invernale** e garantiscano una **crescita sostenibile**.

1 Nota di lettura del report ad esclusivo uso interno dell’ATL del cuneese: i dati giornalieri possono non essere direttamente confrontabili a causa delle diverse modalità di invio dei dati statistici a cura degli operatori ricettivi (modalità check-in / check-out con dettaglio giornaliero vs invio dati di sintesi mensile)

Dalla **seconda metà di dicembre 2024** è iniziata la somministrazione dei **questionari on-field** al pubblico frequentante gli **impianti di Prato Nevoso, Limone Piemonte e Pian Muné**.

Di pari passo, si è proceduto con l'indagine presso gli **stakeholder** quali **commercianti, agenti immobiliari, operatori turistici, albergatori, ristoratori, gestori di rifugi** e degli impianti **sciistici** del territorio, unitamente ai **maestri di sci, guide turistiche** e imprenditori del territorio di altri settori economici – non filiera turistica.

Per maggiori dettagli sui report pubblicati e divulgati al pubblico vi invita a consultare la sezione dedicata al link <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-del-cuneese/>

OSSERVATORIO DELLA PROVINCIA DI ALESSANDRIA



OSSERVATORIO
TURISTICO
DELLA PROVINCIA
DI ALESSANDRIA

Il 24 marzo 2024 è stato siglato il **protocollo d'intesa** per la costituzione di un nuovo osservatorio locale, l'**Osservatorio Turistico della provincia di Alessandria**, con la condivisione fra i partner del cruscotto di monitoraggio implementato dall'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte di Visit Piemonte**.

Una delle finalità dell'**Osservatorio Turistico della provincia di Alessandria**, è quella di supportare il territorio nell'attività di sviluppo del turismo con prodotti ed esperienze turistiche innovative con una forte attenzione al tema della sostenibilità.

Sostenibilità, infatti, vorrebbe esse la **parola chiave** che guida il **progetto** di questo specifico territorio piemontese come **laboratorio sperimentale** per **implementazioni concrete di sviluppo di prodotti turistici sostenibili**.

L'Osservatorio vuole contribuire al raggiungimento di questi obiettivi attraverso **analisi, studi e monitoraggi** in linea con l'**impostazione "marketing oriented"** che sappia **soddisfare** o, meglio ancora, **anticipare**, le richieste e le **esigenze del turista** e che abbia come linea guida la "**customer satisfaction**" sotto la lente della **sostenibilità**.

In occasione dell'avvio delle attività, il 28 marzo 2024 ad Alessandria sono stati presentati i dati a **consuntivo 2023** dell'offerta ricettiva, dei movimenti turistici e del monitoraggio delle recensioni online per il territorio della Provincia di Alessandria.

In particolare, nel **2023**, i **movimenti turistici** nell'**Alessandrino** hanno rappresentato circa il **5%** dei **movimenti turistici regionali** e hanno registrato **quasi 364.000 arrivi** e **più di 755.000 pernottamenti**, con una **crescita** rispetto al **2019** dell'**11,3%** negli **arrivi** e **13,4%** nei **pernottamenti**. A confronto con il **2022**, l'**aumento** del **13,6%** negli **arrivi** e del **12,1%** nelle **presenze** è stato trainato dal **settore estero** (+18,6% arrivi e +17,8% presenze).

Dal punto di vista dei mercati di provenienza, oltre il **53%** dei **movimenti turistici** sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono registrati nel **turismo di prossimità** (**Lombardia, Piemonte e Liguria**). Guardando ai **mercati esteri** di provenienza, i principali sono stati **Benelux**, con una **quota del 18%** sulle presenze estere, seguito da **Germania, Francia e Svizzera**. Da sottolineare il **settimo posto** degli **Stati Uniti d'America**, in **crescita di circa il 25%** rispetto all'anno scorso.

Sono risultati **stabili** il numero di contenuti delle **recensioni online** per il **comparto ricettivo**. Il **39,8%** delle **recensioni** sono state redatte da **utenti italiani**; seguono la **Francia**, con il **12,8%**, e la **Svizzera**, con il **9,6%**.

Il **sentiment** del comparto **ricettivo** dell'alessandrino è stato **maggiore** rispetto al totale **Italia** ed è **migliorato** di **0,2 punti** rispetto al 2022: **88,2/100** vs **85,4/100**.

Giovedì 26 settembre, si è svolto ad **Alessandria**, presso la **Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Alessandria – Asti**, l'incontro tecnico in cui sono stati illustrati gli indicatori del cruscotto dell'**Osservatorio Turistico della Provincia di Alessandria** con alcuni dati **provvisori** del **primo semestre 2024**.

L'incontro organizzato dall'**ATL Alexala**, ha visto la partecipazione degli stakeholder principali della filiera turistica del territorio.

Gli indicatori elaborati su dati provvisori del **primo semestre 2024**, hanno presentato una dinamica positiva: i **movimenti turistici** nella **provincia di Alessandria** sono risultati in **aumento** rispetto allo stesso periodo del **2023** (**+4,8%** negli **arrivi** e **+11,3%** nei **pernottamenti**).

In questa prima fase, la **crescita** percentuale nell'**alessandrino** è stata **superiore** rispetto a quella registrata sul **territorio regionale**.

Quasi il **60%** dei **movimenti turistici** nella **provincia di Alessandria** sono stati di **provenienza italiana**: i **principali bacini** si sono registrati nella **Lombardia** e, a seguire, nel **turismo interno regionale** e nella **Liguria**. Complessivamente, il **mercato italiano** è **aumentato** sia negli **arrivi** (**+2,2%**) che nelle **presenze** (**+5,9%**).

I **movimenti turistici** dei **mercati esteri** sono **cresciuti** nei **primi sei mesi** del **2024** dell'**8,7%** negli **arrivi** e del **19,6%** nei **pernottamenti**. I **principali mercati** sono risultati **Germania**, **Svizzera**, **Francia** e **Benelux**. Al **decimo posto** gli **Stati Uniti d'America** che hanno **incrementato** le **presenze** del **18%** in confronto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Il **sentiment** sulla rete della **provincia di Alessandria** è risultato lievemente inferiore rispetto al valore **regionale**: **87,4/100** vs **87,6/100**.

Il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le **transazioni in loco** con **carte di credito straniere** nel territorio della provincia di **Alessandria** nel **primo semestre** del **2024**, ha evidenziato una **crescita** in termini di **volumi di spesa** del **14,7%** e di **numero di carte** del **15,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Maggiori dettagli sui report pubblicati e divulgati al pubblico sono presenti al link <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-della-provincia-di-alessandria/>.

RESIDENZE REALI SABAUDE



Nel 2024, è stato avviato un progetto di partnership tra l'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** e il **Consorzio delle Residenze Reali Sabaude del Piemonte**, finalizzato al monitoraggio della domanda e dell'offerta turistica dei territori direttamente coinvolti dal circuito delle residenze e del *sentiment* sulla rete.

In particolare, l'**obiettivo generale** del progetto è **conoscere** il **posizionamento** e l'**andamento** del **prodotto turistico Residenze Reali Sabaude**, attraverso un **cruscotto di monitoraggio ad hoc** che consenta di analizzare la **brand awareness** del prodotto e la **domanda**: chi sono i visitatori, da dove vengono, quanto si fermano, quanto spendono, quanto sono soddisfatti etc., individuando **punti di forza e criticità** e supportando la **definizione di scenari e opportunità di sviluppo**.

All'interno delle attività previste dal progetto, sono stati coinvolti i **soggetti** che compongono il **Consorzio delle Residenze Reali Sabaude del Piemonte** e gli enti preposti alla gestione delle Residenze Reali.

In occasione dell'avvio del progetto è stato prodotto un primo report relativo ai **dati a consuntivo 2023** ed ai **primi 4 mesi 2024**.

In ottica di **sviluppo turistico data-driven**, questa prima analisi ha presentato una **fotografia** dell'**andamento dell'offerta ricettiva** – fulcro della filiera dei servizi del turismo - e della **domanda turistica** sul **territorio** che è stato individuato come **direttamente o potenzialmente coinvolto** dalla **motivazione di visita** delle **Residenze Reali Sabaude**, rispettivamente, comune sede di Residenza o comune il cui territorio rientra nel raggio di 15 Km da una Residenza.

24

Al netto di affinamenti futuri possibili correlati a fattori di mobilità e collegamenti che si potranno individuare come rilevanti, o a evidenze di progettualità che possono incidere sull'organizzazione del prodotto turistico, questa definizione del perimetro di analisi territoriale ha portato ad individuare **tre segmenti territoriali** coerenti con la presentazione del circuito da parte del **Consorzio**:

- **Torino**: comune capoluogo all'interno del quale hanno sede i **Musei Reali, Palazzo Madama, Palazzo Chiabrese, Villa della Regina, Castello del Valentino, Palazzo Carignano**;
- **Torino Metropoli**: territorio che comprende 39 comuni della prima cintura del capoluogo individuato dall'agenzia turistica locale Turismo Torino e Provincia come segmento di riferimento per lo sviluppo delle azioni di accoglienza e comunicazione dei prodotti turistici all'interno della Città Metropolitana di Torino; qui hanno sede la **Reggia di Venaria, Palazzina di Caccia di Stupinigi, Castello di Rivoli, Castello di Moncalieri, Castello della Mandria**;
- **Residenze in Piemonte**: territorio che comprende 111 comuni che gravitano nel raggio di 15 km da almeno una delle seguenti residenze: **Castello di Racconigi, Castello di Agliè, Castello di Casotto, Castello di Govone, Agenzia di Pollenzo**.

particolare, il territorio del **Consorzio delle Residenze Reali Sabaude** ha chiuso il **2023** con **quasi 2 milioni e 400mila arrivi** e **oltre 8 milioni e 800mila presenze**, che ha portato ad un **incremento del 9,8%** di arrivi e del **7,1%** di **pernottamenti** rispetto al **2022**.

I movimenti turistici di **tutte e tre le segmentazioni** del territorio del Consorzio sono **cresciuti** rispetto al **2022**: l'**andamento positivo** è stato **trainato** dal **Comune di Torino** che, con **oltre 1 milione e 600mila arrivi e oltre 4 milioni e 100mila presenze**, ha costituito **quasi il 50%** dei **movimenti turistici** registrati nell'intera area individuata come Consorzio.

Nel **2023** il **40%** nei **pernottamenti** registrato sul territorio del **Consorzio** è stato di **provenienza estera**; i **movimenti turistici esteri** sono **aumentati** del **19,7%** negli **arrivi** e del **20,7%** nelle **presenze** in confronto all'anno precedente. Il **primo mercato di provenienza** del **Consorzio** è stata la **Francia** che ha guidato tutti i segmenti ad **eccezione** della segmentazione "**Residenze in Piemonte**" in cui la classifica ha visto al primo posto la **Svizzera**. Gli altri principali mercati sono stati **Germania, Spagna e Benelux**. Da segnalare la **sesta posizione** degli **Stati Uniti d'America**, in crescita di **circa il 30%** rispetto al **2022**.

Nonostante la crescita dei turisti stranieri, la **quota Italia** è rimasta ancora **nettamente superiore** rispetto al mercato estero (60% dei pernottamenti), ma con un **aumento** molto più **contenuto**: **+4,5%** negli **arrivi** e **stabili** le **presenze**.

La **Lombardia** è risultata la **principale regione italiana** di provenienza negli **arrivi** (+10,7% rispetto al 2022). Nei **pernottamenti** il **turismo interno** – i piemontesi che soggiornano in Piemonte - e la **Lombardia** guidano la classifica, anche se notevolmente in **calo** rispetto all'anno scorso; seguono, poi, **Lazio e Sicilia** che sono **cresciute** rispettivamente del **6,1%** e del **4,8%**.

Dall'analisi del **sentiment** della rete per l'anno 2023, è emerso che il prodotto turistico espresso dal territorio di "**Torino Metropoli**" nel suo **complesso** - ricettività, affitti brevi, ristorazione, attrazioni, trasporti e intrattenimento - è risultato pari a **86,4/100**, inferiore rispetto al totale **Piemonte** pari a **87,3/100**.

Anche nel comparto **ricettivo**, è stato registrato ad un andamento simile: **83,9/100** per "**Torino Metropoli**", inferiore rispetto al **Piemonte**, **86,4/100**.

In entrambi i casi, però, "**Torino Metropoli**" ha migliorato il proprio **score** rispetto al 2022: rispettivamente **+0,4** e **+0,8**.

Dall'elaborazione mensile dei dati sugli **indici di spesa** dell'anno 2023, a **Torino** è stata registrata una **crescita** dei **volumi di spesa** del **21,8%**, dovuta prevalentemente all'aumento del numero di visitatori (numero di carte), con una flessione della spesa media.

È stato notato come la **stagione primaverile**, i **mesi estivi** e quelli **autunnali** siano stati i periodi più **significativi** per i volumi di spesa. Mentre, in termini di **numero di carte** (visitatori unici), è emerso che il **picco** del numero dei visitatori stranieri è stato rilevato nei **mesi estivi**, in linea con i dati della telefonia mobile.

Il dato di **Torino e prima cintura** (che comprende gran parte dei comuni della segmentazione "**Torino Metropoli**") è coinciso con gli andamenti del comune di Torino.

La **Francia** è stato il **primo paese** per **volume di spesa**, seguita dagli **Stati Uniti d'America**. Hanno guidato la classifica in termini di **spesa media** del singolo visitatore la **Cina** e gli **Emirati Arabi**.

In linea con il trend dei movimenti turistici, anche gli indici di spesa che hanno rilevato l'**ottima performance** del mese di **novembre**: nella settimana del «**ponte di ognissanti**», il **volume di spesa** è **aumentato** di quasi il **19%** e il **numero di carte** (numero di visitatori) di circa il **21%** rispetto alla stessa settimana del 2022.

Guardando al dato del **monitoraggio della spesa in loco con carte di credito estere** in destinazioni come **Venaria Reale, Govone, Racconigi e Agliè**, è emerso come l’andamento del numero di carte sia stato in netta crescita, così come la spesa attivata, a dimostrazione della presenza estera sul territorio.

Spend Index 2023 vs 2022		
	Indicatori	Var %
Agliè	Volume di spesa	132,8%
	Numero di carte	237,9%
Govone	Volume di spesa	1,5%
	Numero di carte	1,3%
Racconigi	Volume di spesa	29,1%
	Numero di carte	38,5%
Venaria Reale	Volume di spesa	33,6%
	Numero di carte	25,7%

In particolare, è stato evidenziato che:

- **Venaria Reale** ha registrato un **aumento** su tutte e **tre le dimensioni** prese in analisi. Il **principale mercato** in termini di **volumi di spesa** è stata la **Francia**, mentre il **mercato più spendente** è stata l’**Arabia Saudita**;
- **Agliè** ha registrato un **forte aumento** sui **volumi di spesa** e sul **numero di carte**; in **calo** invece la **spesa media**. Il **principale mercato** in termini di **volumi di spesa** è stata la **Francia**, mentre il **mercato più spendente** è stata la **Svizzera**;
- **Racconigi** ha registrato una **crescita** sui **volumi di spesa** e sul **numero di carte**; è **diminuita** invece la **spesa media**. Il **principale mercato** in termini di **volumi di spesa** è stata la **Francia**, mentre il **mercato più spendente** è stata l’**America Latina**;
- **Govone** è rimasta stabile rispetto all’anno precedente su tutte e **tre le dimensioni** prese in analisi. Il **principale mercato** in termini di **volumi di spesa** è stata la **Svizzera**, mentre il **mercato più spendente** è stato il **Lussemburgo**.

MOBILITY ANALYSTICS – TELEFONIA MOBILE

Nel 2024, l’Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, in continuità della collaborazione avviata con **WindTre** nell’anno precedente, ha potuto misurare la **pressione turistica** all’interno di determinati **punti di interesse**, ovvero punti nevralgici che accolgono particolari eventi e/o ricorrenze, utilizzando una **web-dashboard interattiva** e **dati di rete mobile** e **geolocalizzazione** degli utenti unitamente ad **algoritmi statistici**.

Le **elaborazioni** effettuate nei primi sei mesi dell'anno con questo strumento sono state utilizzate ad integrazione degli indicatori delle statistiche ufficiali, in particolare a supporto delle attività dell'Osservatorio Langhe Monferrato Roero: **"Il turismo nelle Langhe Monferrato Roero a consuntivo 2023"**, con un focus sui risultati raggiunti dalla **93° edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba**, elaborato condiviso nel mese di aprile 2024 e disponibile qui <https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-lmr/>.

Lo strumento è stato poi utilizzato internamente per monitorare l'andamento di alcuni eventi sul territorio, come le **Nitto ATP Finals 2023**.

SPEND INDEX – RICADUTA ECONOMICA

Nel 2024, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte, in continuità della collaborazione avviata con **VISA** nell'anno precedente, ha monitorato gli **andamenti indicizzati** delle **transazioni** in loco effettuate dal **mercato estero**. Attraverso **dati anonimi e aggregati di spesa** sono state fornite **numeroso elaborazioni** a supporto del cruscotto di monitoraggio dell'Osservatorio:

- **"Bilancio primi 11 mesi 2023"** pubblicata nel mese di gennaio 2024;
- **"Il turismo in Piemonte nel 2023"**, pubblicata e condivisa il 20 marzo 2024, con informazioni relativi ai volumi di spesa sul totale regionale e con focus su alcuni periodi specifici (es. Nitto ATP Finals 2023);
- Elaborazioni all'interno delle attività degli **Osservatori Locali** (Biellese, Langhe Monferrato Roero, Cuneese e Alessandrino).

27

Maggiori dettagli sulle elaborazioni di spend index sono disponibili nei report pubblicati e divulgati al pubblico ai seguenti link

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorioturistico/rapporto-dati-2023/>,

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-della-provincia-di-alessandria/>

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-lmr/>

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-del-biellese/>

<https://www.visitpiemonte-dmo.org/osservatorio-turistico-del-cuneese/>

§

ATTIVITÀ DI DIVULGAZIONE

NEWSLETTER

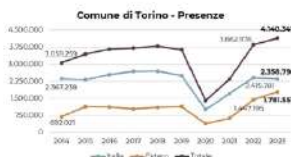


In coordinamento con le azioni di **Comunicazione** di **Visit Piemonte**, nel **2024**, sono state elaborate le seguenti notizie per la diffusione attraverso **newsletter corporate** di Visit Piemonte:

Conferme positive per **Torino, Verbania e Stresa**

Anche per il 2023 Torino, Verbania e Stresa si trovano ai vertici della classifica dei comuni per numero di presenze turistiche, così come avvenuto nel 2022.

SCOPRI DI PIÙ



TEMA	TITOLO
Indicazioni e prospettive	“Primi undici mesi di un 2023 positivo”
Residenze Reali Sabaude del Piemonte	“L’Osservatorio per le Residenze Reali Sabaude”
Dati statistici – Consuntivo 2023	“Numeri record per il turismo 2023 in Piemonte
Dati statistici – Consuntivo 2023	“Conferme positive per Torino, Verbania e Stresa”
Sentiment Analysis	“Sentiment ancora migliore per il Piemonte”
Indicazioni e prospettive	“Ottime prospettive per la primavera 2024”
Divulgazione dati	“Giornata del turismo in Piemonte
Osservatorio Turistico della Provincia di Alessandria	“Nuovo Osservatorio per Alessandria”
Osservatorio Turistico del Biellese	“Ottimo il 2023 per il Biellese”
Divulgazione dati	“Enoturismo e sostenibilità: evento a Tortona”
Osservatorio Turistico del Biellese	“Il Biellese continua a crescere”

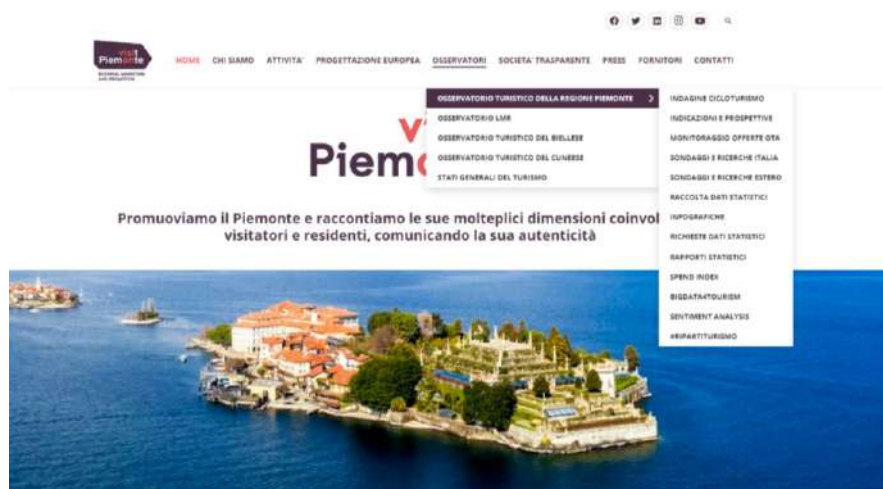
BDSR	<i>“Ingresso del Piemonte nella BDSR”</i>
CISER	<i>“Qual è l’impatto economico del turismo?”</i>
Convegno Locazioni Turistiche	<i>“Convegno ODCEC dedicato alle Locazioni Turistiche”</i>
Consorzio Residenze Reali Sabaude	<i>“Residenze Reali Sabaude”</i>
Osservatorio Langhe Monferrato Roero	<i>“Fiera del Tartufo Bianco: 1 € ne genera oltre 50”</i>
Indicazioni e prospettive	<i>“Segno + per il turismo in Piemonte”</i>
Osservatorio Turistico del Biellese	<i>“Il Biellese continua il suo trend positivo”</i>
Osservatorio Turistico della provincia di Alessandria	<i>“Turismo nell’Alessandrino: buoni i dati 2024”</i>
Osservatorio Turistico del Biellese	<i>“Il Biellese continua a crescere”</i>
Osservatorio Turistico del Cuneese	<i>“Qual è l’impatto delle stazioni sciistiche?”</i>

Tutte le notizie sono disponibili su <https://www.visitpiemonte-dmo.org>

AGGIORNAMENTO SITO CORPORATE VISIT PIEMONTE

29

Nel 2024, è stato effettuato l’aggiornamento del **sito corporate** di **Visit Piemonte**, nelle seguenti sezioni del menù OSSERVATORI:



- Indicazioni e prospettive;
- Sondaggi e ricerche Italia;
- Rapporti statistici;
- Sentiment Analysis;
- Osservatorio LMR;
- Osservatorio Turistico del Biellese;

- Osservatorio Turistico del Cuneese
- Osservatorio Turistico della provincia di Alessandria

SPEECH E INTERVENTI

Nell'ambito delle attività di **divulgazione di informazioni, dati e analisi** ad un **pubblico** più vasto, ma anche presso **eventi di formazione e qualificazione**, nel corso del primo semestre 2024, l'**Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** ha partecipato a **diversi momenti** specifici:

- **Università Europea di Roma - Forum degli Osservatori del Turismo**, “Dopo circa 20 anni dalla sua istituzione riparte l'Osservatorio Nazionale del Turismo” – Roma, 20-22 marzo 2024;
- **#TURISMO ED EVENTI IN CANAVESE**, Festival Contaminazioni 2024 – Caluso, 22 marzo 2024;



30

- **Giornata del Turismo in Piemonte**, “Turismo in Piemonte – Andamenti e prospettive” – Torino, 26 marzo 2024;



- **Master in Progettazione, Comunicazione e Management del Turismo Culturale 2022/2023**, “Lo sviluppo *data-driven* della destinazione e della comunicazione turistica del Piemonte” e presentazione del *case study* “Il turismo nei territori delle Residenze Reali Sabaude nel 2023 e Prime indicazioni del 2024” – Torino, 7 giugno 2024.
- **Convegno ODCEC dedicato alle Locazioni Turistiche: mercoledì 3 luglio 2024**, l’Osservatorio Turistico della Regione Piemonte – Visit Piemonte - è intervenuto al convegno organizzato dall’Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Torino - ODCEC – per illustrare gli **strumenti** e le **procedure informatiche** dedicate alle **locazioni turistiche** fornendo tutti i dettagli tecnici per avviare, sospendere, variare e cessare una locazione turistica e per rispondere agli adempimenti previsti dalla normativa regionale.



31

- **XLV Conferenza scientifica annuale**, Turismo e “mobile data”: il caso della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba, Torino 4-6 settembre 2024.

Illustrazione

- **Illustrazione temi ed aspetti salienti presso Ordine degli avvocati** – Via Santa Maria 1, Torino, Quadro di riferimento normativo nazionale e regionale e relativi adempimenti, Torino 24 settembre 2024.

PROGETTO INTEROPERABILITÀ

Il **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)** ha posto, tra i propri obiettivi, il rilancio del settore economico del Turismo, risorsa fondamentale per l’economia italiana. La Missione 1 del Piano, e in particolare la misura 4, “Turismo 4.0”, prevede l’investimento (4.1) “**Tourism Digital Hub**” (TDH), finalizzato alla realizzazione di una piattaforma web che permetta il collegamento dell’intero ecosistema turistico nazionale al fine di valorizzare, integrare e favorire l’offerta turistica complessiva. L’obiettivo del **Ministero del Turismo**, coadiuvato da ENIT, è

rilanciare il portale Italia.it, con nuovi contenuti prodotti internamente ed in collaborazione con Regioni e Province Autonome, mettendo in relazione la **domanda turistica nazionale ed internazionale** con l'**offerta italiana**, grazie all'**incontro degli interessi del turista con destinazioni ed esperienze**.

Il Ministero ha previsto di progettare e implementare una **Piattaforma di Integrazione** (che utilizza Web API) che ha l'obiettivo di garantire l'**interoperabilità tra applicazioni e servizi delle Amministrazioni regionali e locali**. L'interoperabilità è ormai diventata elemento imprescindibile per ottenere un sistema informatico coordinato, efficace ed efficiente, contenente informazioni uniche, costantemente aggiornate e sistematizzate a livello nazionale attraverso ontologie e tassonomie prestabilite.

Visit Piemonte (in particolare l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con il team Comunicazione, Eventi e Logistica), su incarico della Regione Piemonte, ha avviato, nel corso del II semestre 2022, le prime attività relative allo sviluppo del progetto, che ha visto la completa realizzazione nel corso dei primi del 2024, per connettere la piattaforma visitpiemonte.com con il TDH, secondo le **linee guida sull'interoperabilità**, contribuendo alla realizzazione di **nuovi contenuti editoriali e future proposte ed esperienze turistiche** per Italia.it nella nuova modalità di conferimento e acquisizione.

Nel primo semestre del 2024, l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con il coinvolgimento del team Comunicazione, Eventi e Logistica, ha finalizzato l'**interoperabilità tra visitpiemonte.com e italia.it** e l'interoperabilità tra **visitpiemonte.com e l'ecosistema delle piattaforme regionali interoperabili** attraverso **l'evoluzione a piattaforma di tipo hub regionale**.

Alla fine del 2023, Visit Piemonte ha effettuato i **primi test di interoperabilità** che hanno avuto **esito positivo**.

Nel corso del primo semestre 2024 sono state portate a termine tutte le attività previste dal progetto in capo all'Osservatorio:

- messa in **produzione** dell'ambiente di **back-office** che permette di **gestire l'intero sito: inserimento di nuovi contenuti, interoperabilità con il TDH e interoperabilità con le ATL**;
- **presentazione del progetto** e del flusso dei dati insieme con la nuova veste grafica del sito visitpiemonte.com il **5 aprile 2024** presso il Circolo dei Lettori di Torino;
- condivisione alle **ATL delle credenziali di accesso** al sito di **produzione** per avviare l'invio in modalità interoperabile dei contenuti concordati con gli uffici del team Comunicazione, Eventi e Logistica di Visit Piemonte e di Regione Piemonte – Direzione Turismo.

Tutte le attività relative alla pianificazione dell'invio dei contenuti al TDH, alla redazione del piano editoriale mensile da condividere con le ATL e alla gestione del front-end del sito sono state gestite dagli uffici del team Comunicazione, Eventi e Logistica di Visit Piemonte.

A partire dal secondo semestre 2024, le attività operative di costruzione e passaggio di contenuti al TDH vengono espletate dal team di comunicazione di Visit Piemonte.

PARTECIPAZIONE AL COORDINAMENTO TECNICO DEL TURISMO DELLE REGIONI ITALIANE – TAVOLI TEMATICI E RACCORDO CON IL MINISTERO E ATTIVITA' DI SUPPORTO AI REFERENTI PROVINCIALI PER AGGIORNAMENTO DATI DI PIEMONTE DATI TURISMO (ROSS 1000)

La Direzione Turismo della Regione Piemonte ha chiesto alla **Responsabile dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** di partecipare ai lavori del **Coordinamento Tecnico del Turismo** come **referente tecnico della Regione Piemonte** per i lavori di **due tavoli tematici**:

- Dati statistici e CIR
- Interoperabilità

Parallelamente la **Responsabile dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte** è stata nominata dal Direttore regionale al Turismo:

- **referente tecnico regionale per il Tourism Digital Hub 4.0** e coordina le attività di confronto nell'ambito degli incontri bilaterali circa l'interoperabilità con il gruppo di lavoro ministeriale;
- **referente tecnico** per gli **incontri bilaterali** di approfondimento tecnico necessari per l'attuazione del Decreto ministeriale per l'interoperabilità ai fini della comunicazione dei dati di anagrafica delle strutture ricettive del Piemonte ai fini della costituenda Banca Dati Nazionale delle strutture ricettive.

Nell'ambito della partecipazione ai tavoli tematici e degli incontri bilaterali sono state condivise tutte le informazioni utili / necessarie al team di supporto della BDSR – Ministero del Turismo circa la gestione dei dati delle anagrafiche delle strutture ricettive e delle locazioni all'interno della piattaforma Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000).

TEAM COMUNICAZIONE, EVENTI E LOGISTICA

a) Eventi e progetti realizzati

a1) Fiera Internazionale A&T 2024

a1.1) Premessa

Visit Piemonte, su richiesta di Regione Piemonte, ha realizzato alcune azioni di comunicazione e promozione della destinazione Piemonte nell'ambito della 18a edizione della Fiera A&T Automation and Testing di Torino, che si è tenuta dal 14 al 16 febbraio 2024, presso l'OVAL di Lingotto Fiere.

Interessanti i numeri di visitatori con 18 mila persone nella tre giorni di manifestazione. A catalizzare l'attenzione la Casa dell'Intelligenza Artificiale, il più grande spazio dimostrativo mai organizzato all'interno di un contesto fieristico afferente alle tecnologie e ai saperi connessi grazie agli algoritmi intelligenti, che ha visto come protagonisti importanti player del mondo dell'industria e dei servizi di tecnologia avanzata tra i quali: Accenture, Aieng, Aizoon Technology & Consulting, AWS, Capgemini, Centro Ricerche Fiat, Fanuc, Honda, IndexLab, Michelin, Microsoft, MYW.AI, Reply, Siemens, SKF, Synesthesia, ThalesAlenia Space, TIM Enterprise, VHIT.

Una novità che ha portato ogni giorno oltre 6 mila passaggi tra manager, tecnici e imprenditori, della grande e piccola impresa, con 4.000 tecnologie esposte dalle 380 aziende presenti, 60 eventi, tra workshop, tavole rotonde e seminari specialistici, organizzati nei tre giorni.

L'evento ha visto il coinvolgimento attivo di tutti i principali stakeholder del territorio, dalle Associazioni datoriali rappresentative di tutto il Piemonte agli Atenei (Politecnico e Università Torino in primis), CCIAA Torino, Torino Capitale Cultura D'Impresa, CIM4.0, DAP, Fondazione Piemonte Innova.

Visit Piemonte, su indicazione di Regione Piemonte, ha coordinato con l'ente organizzatore, la brandizzazione e la personalizzazione dell'area della Vip Lunch e altri materiali di comunicazione della destinazione Piemonte nonché la verifica dei corretti posizionamenti del logo istituzionale nei diversi strumenti comunicazione e nell'allestimento.

a1.2) Attività di Comunicazione e Promozione

Le attività di promo e comunicazione realizzate possono essere così sintetizzate:

- brandizzazione con logo e campagna istituzionale e immagini identificative della Vip Lunch;
- presenza del logo istituzionale della Regione Piemonte su:
 - area filiere;
 - postazioni filiere;
 - area eventi;
 - info desk;
 - Comunicati Stampa e Cartella Stampa;
 - inviti per la Conferenza Stampa;
 - inserzioni su La Stampa;

-



La manifestazione ha ottenuto una notevole visibilità mediatica, con numerosi passaggi sui principali media televisivi nazionali (TG1, TG4, SKY24, TG Leonardo ecc.) e locali (TGR, ecc.), oltre ad un'ampia copertura su

stampa nazionale e di settore, rafforzata dai lanci e dalle video interviste di ANSA, media partner dell'iniziativa, che ha coperto i principali eventi con un ritorno mediatico su tutto il territorio nazionale. Anche la collaborazione con il Gruppo GEDI, ha dato buoni risultati, così come tutta l'attività social.

a2) Vie Storiche di Montagna

a2.1) Premessa

Il progetto Vie storiche di Montagna con il bando 2023 ha individuato 49 nuovi itinerari, vie e cammini che hanno implementato il patrimonio delle Vie Storiche di Montagna delle ATL già coinvolte (Turismo Torino e Provincia, Terre Alte del Piemonte, ATL del Cuneese, Distretto Turistico dei Laghi - a cui si è aggiunta Alexala, ATL della Provincia di Alessandria).

Grazie al secondo bando, le Vie Storiche di Montagna sono diventate 69 e hanno beneficiato di nuovi progetti di promo-comunicazione volti alla costruzione, integrazione e armonizzazione all'interno del prodotto.

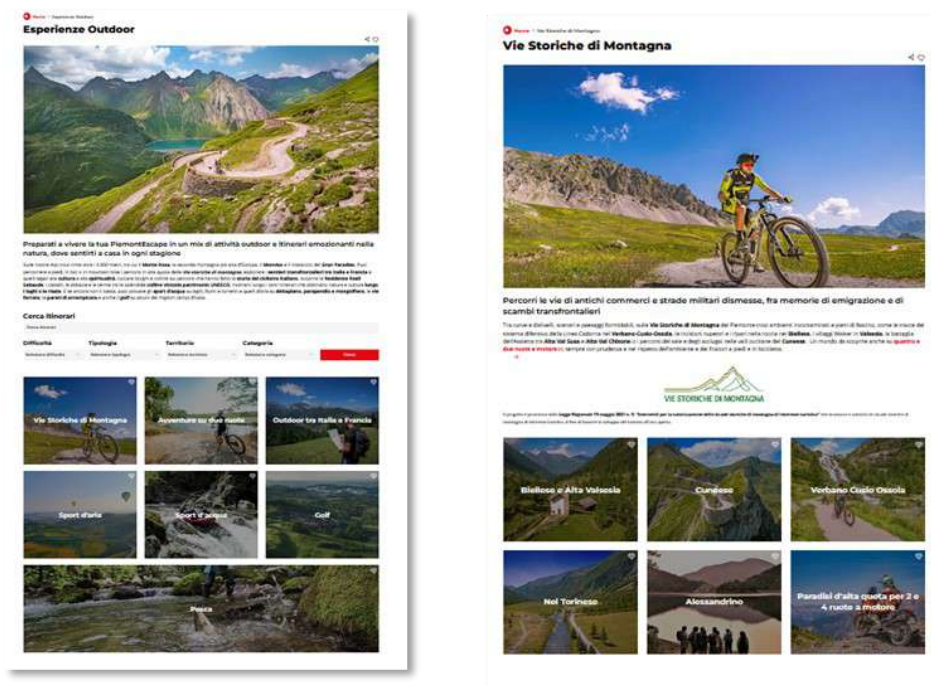
Visit Piemonte su richiesta e indicazione di Regione Piemonte ha realizzato, le iniziative necessarie per la promozione e comunicazione del progetto "Valorizzazione strade storiche di montagna di interesse turistico anno 2023".

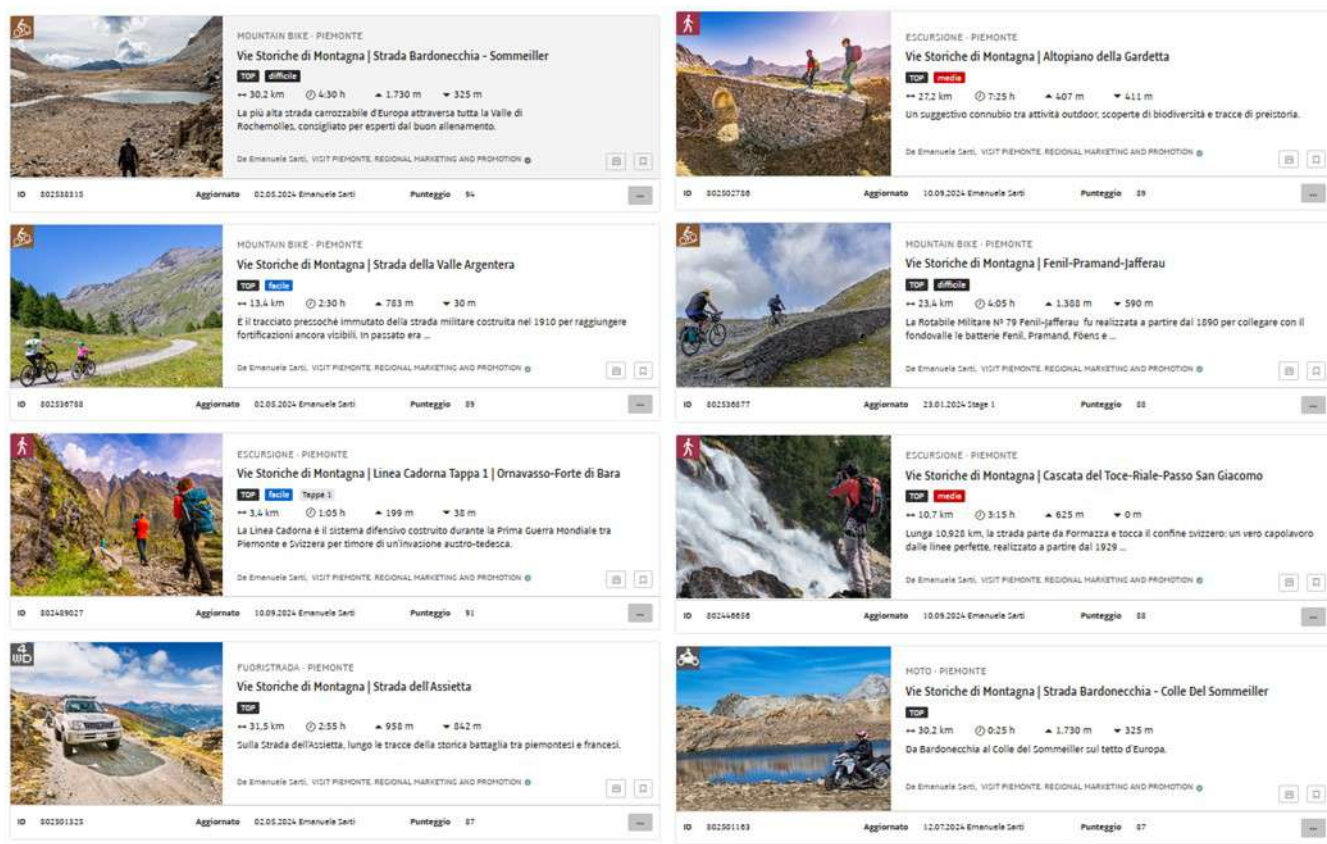
a2.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate nel 2024

Integrazione e implementazione della sezione web "Vie Storiche di Montagna" su [visitpiemonte.com](https://www.visitpiemonte.com) e [outdooractive.com](https://www.outdooractive.com)

Visit Piemonte ha curato e realizzato, in collaborazione con le ATL di riferimento, i contenuti descrittivi e di dettaglio relativi alle nuove 69 Vie Storiche di Montagna per la sezione dedicata su [visitpiemonte.com](https://www.visitpiemonte.com) così come sul profilo [Outdooractive.com](https://www.outdooractive.com) con la relativa cartografia dedicata, i punti di interesse storici e culturali e l'accomodation, così come i pacchetti turistici. Il catalogo digitale dell'Outdoor piemontese è stato implementato e ampliato con nuova offerta aggiornata e posizionata quindi sui seguenti siti:

- **[visitpiemonte.com](https://www.visitpiemonte.com)** sito istituzionale di promozione turistica della Regione Piemonte, realizzando così una sezione tematica di presentazione del prodotto Vie Storiche di Montagna nonché landing page per le campagne digital <https://www.visitpiemonte.com/vie-storiche-di-montagna>;
- **[Outdooractive.com](https://www.outdooractive.com)**, portale dedicato al trekking e all'outdoor con oltre 13 milioni di utenti registrati e attivi tramite app, strategico per il target italiano e internazionale. Qui di seguito alcuni screenshot esemplificativi.





Azioni di comunicazione e Media Relation sul mercato italiano

Sono state avviate e realizzate una serie di iniziative di comunicazione e PR rivolte alla promozione delle “Vie Storiche di Montagna” sul mercato Italia qui di seguito dettagliate.

BIT Milano 4 febbraio 2024

Nell’ambito del calendario di iniziative presso lo stand Regione Piemonte, Visit Piemonte ha ideato e coordinato un talk show sul progetto. “VIE STORICHE DI MONTAGNA DEL PIEMONTE. Nuove esperienze turistiche sugli antichi percorsi in alta quota”, questo il titolo dell’incontro svoltosi lunedì 13 febbraio, aperto dal saluto dell’Assessore al Turismo della Regione Piemonte, Vittoria Poggio e moderato da Paolo Paci, direttore di Meridiani Montagne, con la partecipazione di Gian Luca Gasca, giornalista specializzato montagna e outdoor, Fabrizio Sarzotti dell’Associazione per gli Studi di Storia e Architettura Militare del Forte Bramafam di Bardonecchia e Norbert Köfler, direttore Italia della piattaforma internazionale Outdoor Active. Per l’occasione, in BIT sono state presentate anche le nuove mappe delle Vie Storiche di Montagna suddivise per aree territoriali, prodotte sul finire del 2023 e fresche di stampa.

Progetto editoriale con i content creator Franco Voglino e Annalisa Porporato

Sono stati incaricati i *content creator* Franco Voglino e Annalisa Porporato - “A piccoli Passi”, specializzati nel prodotto Outdoor green e sostenibile. L’incarico ha fornito un supporto ai due *content creator* per effettuare le escursioni e realizzare contenuti editoriali e fotografici, utili sui social e per future pubblicazioni con editori e testate nazionali. Il progetto delle Vie Storiche di Montagna, per le sue caratteristiche e i suoi itinerari, ha destato l’interesse delle **Edizioni Capricorno**, che ne realizzeranno, a spese dell’editore stesso, una Guida, che sarà in distribuzione con quotidiani e periodici del gruppo GEDI. L’elenco degli itinerari percorsi dai due *content creator*

comprende: **nel Biellese**, Sentiero da Rosazza al Colle della Graglia; Sentiero delle frazioni alte della Val Vogna (Alta via dei Walser); Strada della valle Otro-Alagna Valsesia. **Nel Cuneese**: Alta via del Roburent - Maddalena a laghi Roburent; circuito Landandè – anello Vicoforte-Santuario; Via del sale a Cerisola; Pian della Casa del Re e colli transfrontalieri; Strada Madonna delle Finestre; Via del Sale monregalese da Rastello a Casa del Sale; Via della Certosa di Casotto. **Nel Torinese**: Via del Colombardo da Pratobottrile; Strada Chisonetto – Sestriere; Strada Champbons – Sapè – Salbertrand; Strada Laval – Clot de la Soma; Sentiero del Plaisentif - Faussimagna-Chezel; Strada Thures-Thuras; Strada Val Tronca – Alpe Mey. **Nel Verbano Cusio Ossola**: Strada Cascata del Toce - Riale a passo San Giacomo; Strada Cadorna Monte Spalavera; Strada Cadorna Monte Ornavasso-forte di Bara; Strada Cadorna Prato Michelaccio-mulattiera Montorfano; Strada Cadorna Piancavallo Cima Morissolo. **Provincia di Alessandria**: Cammino Piemonte sud; Strada vecchia Valle Orba; Via dei Feudi Imperiali.

Contenuti editoriali su stampa e digital con il gruppo Editoriale Domus

Visit Piemonte ha realizzato una serie di iniziative editoriali in collaborazione con Edizioni Domus, gruppo editoriale che vanta una serie di pubblicazioni leader nel proprio settore, tra cui la rivista Meridiani Montagne e mediani Outdoor che trovano la versione online in montagna.tv, primo portale in Italia per gli amanti dell'outdoor e del trekking che conta oltre tre milioni e mezzo di visite e 850.000 utenti unici al mese.

Pianificazione stampa. Realizzazione di un Branded Custom content di 5 pagine sulla rivista Meridiani Montagne in uscita nel mese di maggio con la presentazione di alcuni dei nuovi itinerari, tra i più iconici e insoliti tra i 69 individuati, e sulla loro fruibilità.

I.P. MERIDIANI MONTAGNE per Regione Piemonte



La strada del Colle delle Finestre

Vie Storiche di montagna, un tuffo nel cuore del Piemonte

Sono 69 e abbracciano l'intera regione, dalle Alpi all'Appennino. Sono frequentabili a piedi, in bici, con mezzi a motore e anche a cavallo, ma soprattutto le Vie Storiche di montagna del Piemonte offrono un'opportunità di scoperta outdoor 365 giorni l'anno.

Antiche vie di collegamento transfrontaliero, percorsi caravani, vie militari. Sono questi e molti altri i temi toccati dalle 99 Vie storiche di montagna del Piemonte, che si dipanano dalle Alpi agli Appennini offrendo agli appassionati un'esperienza autentica alla scoperta delle nostre radici storiche e culturali. Ma non solo, perché questi itinerari offrono l'opportunità per vivere le montagne piemontesi con una nuova prospettiva. Sono percorsi di montagna in gran parte accessibili a tutti, anche a chi non è un esperto. E si possono frequentare a piedi, in bici, con mezzi a motore o in alcuni casi anche a cavallo. Lungo chilometri di itinerari si attraversano luoghi antichi e luoghi leggendari, come quello dell'operaio di Fra Dolcino o dei suoi seguaci in Val Sesia, oppure strade della devozione tra bassa Val Susa e Val di Viù verso il Colle del Colombaro, nel Torinese, o sulla strada del Santuario di Sant'Anna di Vinadio nel Cuneese. Ci si muove sempre tra maestosi scenari. Sulle

A destra, escursionisti si riposano sulla riva del lago di Orsileto, lungo il Cammino del Piemonte Sud, in provincia di Alessandria; sotto, in alto a sinistra, la colata a Pinerolo; a Zegna, nel biellese, a (sotto), salendo verso il colle della Grogliasca, sulle Alpi Sudesi.

Strada del Colle del Turlo che collega le comunità Walser di Alagna e Marognana, percorso che oggi è parte integrante del "Sentiero Italia", itinerario a lunga percorrenza che attraversa l'intera

Sulle orme della storia Oggi le Vie storiche di montagna del Piemonte sono percorsi itinerari da affrontare in bici o a piedi. Vero e proprio capolavoro di ingegneria civile e militare, dal dislivello mai troppo ac-

centrati, progettati per consentire a soldati e mazzette. La più antica di queste vie, quella che percorre l'altopiano della Cadotta, risale al 1700. Ci troviamo in provincia

patano est del Monte Rosa con i suoi 2000 metri di sviluppo verticale. In provincia di Cuneo, dove lungo l'Alta Via dei Sale si scoprono storie di carovane mercantili. In Val Sesia sulla Via Regia, oppure sulle

A piedi, in bici... o con il mulo che portiamo Sono tanti i modi con cui si possono vivere e scoprire le Vie storiche di montagna del Piemonte. Ne è un esempio la **Via del Sempione**, un'antica strada di confine che si sviluppa per oltre 90 chilometri tra

Un tributo alle donne di montagna Protagonista silenziosa, poco presente nelle cronache delle terre alpine, la donna è dedicata alla strada Rosazza Colle della Grogliasca, nel Biellese, tributo dedicato alla forza e alla resilienza della figura femminile. Utilizzata fin dal 1400 come viale collegamento tra l'Alta Valle Cervo e la Valle di Cressona, venne resa più

Italia e Svizzera, da Orsileto fino agli otto chilometri del Passo del Sempione. All'origine era un sentiero antico, trasformato poi in una via lastricata, e che oggi è una moderna strada di transito, testimone delle epoche che si sono susseguite. Durante le guerre mondiali fu teatro di controffensive difensive ed ora è un'importante arteria per il turismo e il commercio che

Pianificazione digital

Sono stati realizzati due custom content dedicati alle Vie storiche in uscita nel mese di febbraio e di marzo a cura della redazione di montagna.tv con il supporto e la cura editoriale dell'ufficio stampa di Visit Piemonte.

Il primo in uscita in occasione della BIT di Milano si è concentrato sugli aspetti paesaggistici e turistici delle Vie Storiche di Montagna



40

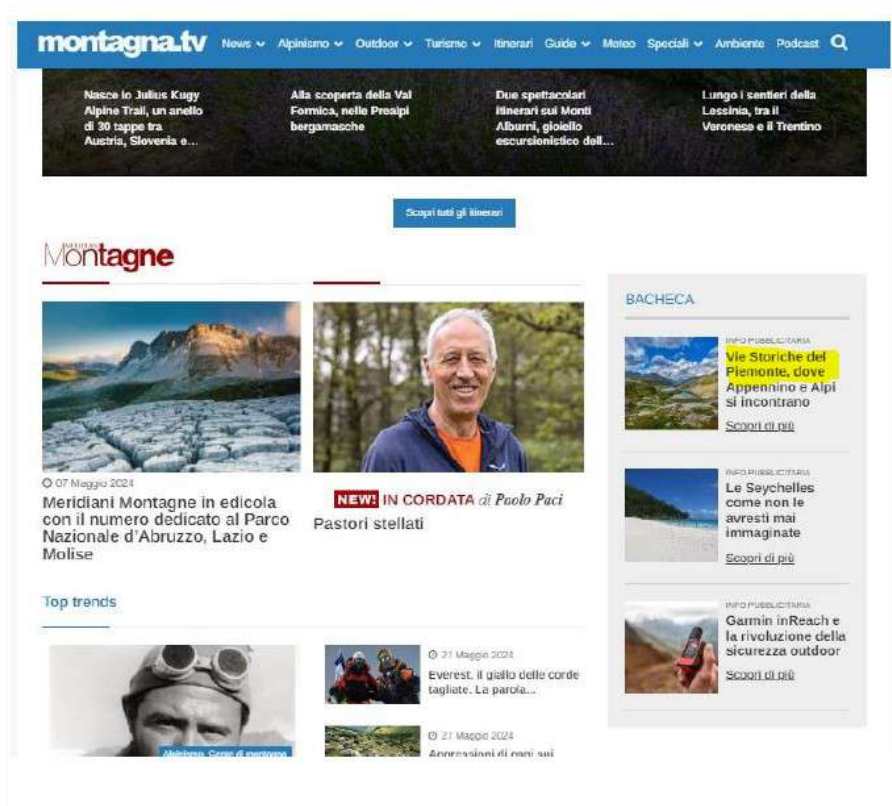
Qui il link all'articolo completo <https://www.montagna.tv/232914/in-piemonte-si-cammina-sulle-vie-storiche-di-montagna/>

Il secondo custom content online ha riguardato invece gli aspetti legati alla fruizione, in bike o a piedi, e alla percorrenza delle Vie Storiche, con un occhio al target sportivo dei trekker.



A questo link l'articolo completo <https://www.montagna.tv/advertorial/scoprire-piemonte-69-vie-storiche-montagna/>

Il lancio degli articoli è stato accompagnato e sostenuto anche da una campagna digital ADV con grafiche cross device realizzate da Visit Piemonte per la presenza sul portale montagna.tv, come pure sui social media con cui sono stati pubblicati alcuni contenuti in collaborazione con gli account FB e IG di Visit Piemonte.



41



Azioni di comunicazione e Media Relation sul mercato francese

Per la promozione sul mercato francese sono state realizzate una serie di iniziative con il partner editoriale "Les Nouvelles Editions de l'Université - Petit Futé" autorevole e molto seguito nelle aree francofone.

È stata realizzata una pianificazione su stampa e digital per coprire tutta la rete offerta dall'editore stesso che qui dettagliamo.

Magazine semestrale Petit Fute MAG (primavera/estate 2024)

È stato pubblicato un reportage 8 pagine "Routes historiques de Montagne" (7 pagine di contenuto e gallery fotografica coadiuvata da una pagina tabellare) in collaborazione con la redazione a cui sono stati forniti testi guida e una suite di immagini iconiche delle Vie storiche di montagna.

Campagna digitale (web e social media)

È stato pubblicato un reportage dedicato alle "Routes Historiques de Montagne" sul sito www.petitfute.com promosso in home page per una settimana e successivamente disponibile nel canale "Actualités Italie" con traffico SEO illimitato e inserito all'interno di uno degli invii in newsletter di primavera a 810.000 abbonati.

L'articolo online è stato anche promosso sulla rete social dell'editore con un post su Facebook e Instagram e successiva condivisione con la nostra rete partner affiliata all'editore (msnFR, nel suo canale "Voyages").

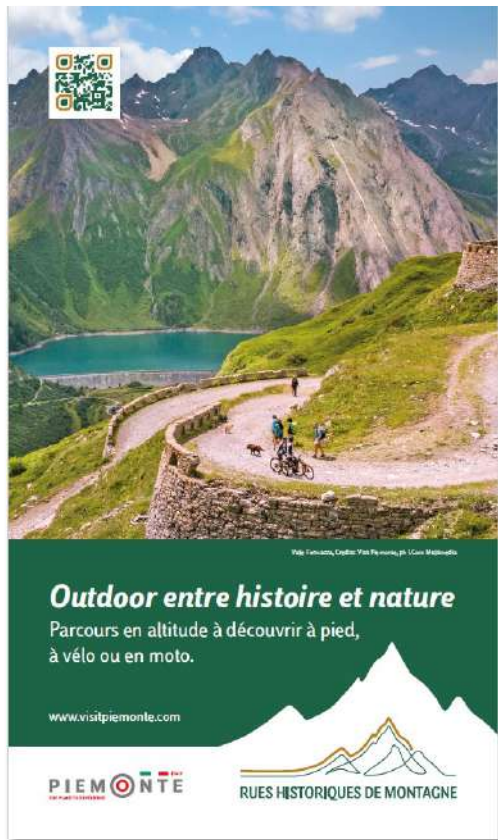


Sono stati realizzati 3 post sponsorizzati (in black) con 50.000 visualizzazione garantite e per le quali si rimanda ai report allegati.

È stata inoltre realizzata una campagna banner ADV traffico alla pagina delle Vie Storiche di montagna in lingua francese <https://www.visitpiemonte.com/fr/roues-historiques-de-montagne> con 300mila impression durante la stagione estiva.

Guida Petit Futé Turin Piemonte 2024-2025

Sono state realizzate 4 pagine in formato dossier/focus "Routes Historiques de Montagne" all'interno della guida Petit Futé Turin Piemonte 2024-2025 con 3 pagine di approfondimento e una di pubblicità tabellare.



LES ROUTES DE MONTAGNE HISTORIQUES DU PIEMONTE

La Strada Valle d'Ottone est, elle, jalonnée de chapelles et de sanctuaires votifs, et permet d'admirer six anciens villages walsers dans un cadre à la fois ample et pittoresque. En la Strada Colle del Turlo offre des vues inoubliables sur la vallée et les glaciers du mont Rose. Difficile de faire un choix tant ces routes permettent toutes une découverte passionnante des montagnes, de leurs habitants, de leur histoire. En pour un très court voyage total, le petit bourg de Rosazza, typique de l'architecture walsère, est certainement le plus photographique avec son joli pont ! Un vrai décor de cinéma !

Tracciolino et Panoramica Zegna (vélo, voiture, moto)

Pour traverser le spectaculaire balcon des montagnes d'Illie, ne manquez pas l'itinéraire historique de 63 km comprenant le Tracciolino et la Panoramica Zegna. Cette route riche de merveilleux paysages et de vues panoramiques, entre nature, culture et traditions, est idéale pour la pratique du vélo.

La plus grande partie de l'itinéraire peut aussi être effectuée en voiture. Le long de la route, parmi les points d'intérêt à ne pas manquer, citons entre autres : le Santuario di Graglia, le village de Bagner et le monastère d'Agostino de Sandevolo, le sanctuaire de Sacro Monte di Orropa (inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO), la Vallée di Rosazza dans la commune du même nom (considérée comme l'un des plus beaux villages d'Italie), le sanctuaire de San Giovanni d'Andorno, l'éco-musée du Biellese, dont fait partie la zone naturelle de l'Ossè Zegna, la station de ski de Biella, et enfin le sanctuaire de Nostra Signora della Grughera.

Une autre route historique tout aussi passionnante dans ce qu'elle raconte, en plus des paysages merveilleux qu'elle permet de contempler lors d'une belle randonnée, se trouve dans la province de Biella. Le sentier Rosazza - Colle della Graglia, d'une longueur d'un peu plus de 7 km, était à l'origine utilisé par les fermiers de la région, surmontés les alpes car elles coupent à la faucille l'herbe (sur) des pentes abruptes des montagnes et en emportant de grandes quantités dans d'énormes hottes afin de le transporter et de le stocker pour en faire du foin pour le bétail.

Le travail harassant n'était pas leur seule activité, elles transportaient aussi à l'occasion des lauzes et du bois, et entretenaient les sentiers. Le chemin fut transformé à la fin du XIX^e siècle en chemin muletier. Il relie ainsi la haute vallée du Cervo dans le Piémont à la vallée de Grosanè dans le Val d'Aoste.

Sur le chemin, en plus de rendre hommage à ces femmes courageuses, découvrez à l'économie locale, on peut admirer des gravures rupestres dans des abris creusés dans la roche. Le départ de la randonnée permet de visiter Rosazza, un des Plus Beaux Villages d'Italie, à l'atmosphère légèrement désertique. En effet, l'enfant du pays, Federico Rosazza, était franc-maçon et a couvert les bâtiments de symboles mystérieux. « À vous de les découvrir ! »

Rosazza est une petite commune vraiment charmante où vous trouverez, qui plus est tout le nécessaire pour partir en randonnée (grand parking, fontaines à eau café...). Le parcours, on doit d'un fort donivelé (environ 1 500 m !), n'est pas très difficile. Comptez quand même quatre bonnes heures pour en profiter pleinement, et à petit rythme. L'arrivée au Colle della Graglia, à 2 205 mètres d'altitude, vous récompensera de vos efforts : le panorama y est époustouflant !

RECOUPIR

40

Azioni di comunicazione e Media Relation sul mercato DACH

È in fase di realizzazione una monografia di 64 pagine con l'editore Square Publishing GMBH che pubblica da dieci anni **Lust Auf Italien**, la rivista bimestrale di viaggi più affermata e distribuita in Germania, Austria, Svizzera, Alto Adige e Nord Italia presso edicole, GDO, stazioni, aeroporti ed autogrill con una tiratura di 65.000 copie, 9.000 abbonati e 19.300 iscritti alla Newsletter. La redazione ha lavorato in collaborazione con la nostra area, che ha fornito testi guida e gallery fotografiche e supportato il team con un puntuale lavoro di controllo e correzione dei contenuti.



L'incarico prevede anche una tiratura di copie omaggio da distribuire, a discrezione della Regione Piemonte, in occasione delle principali fiere del turismo internazionali: CMT Stoccarda, FREE Monaco di Baviera, ITB Berlino, Ferien Messe Vienna, TTG Rimini, BIT Milano, oltre ad una tiratura extra da distribuire presso gli Info Point turistici della Regione. La rivista sarà spedita agli abbonati e presentata via Newsletter a oltre 20.000 iscritti.

L'editore Square Publishing ha inoltre omaggiato Visit Piemonte di due pagine tabellari sulla rivista Lust auf Italien Piemont "Piemont Erleben & Geniessen" in vendita in abbinamento con la monografia dedicata alle Vie Storiche di Montagna.



B. ATTIVITÀ DI FOLLOW UP PER MONITORARE L'EFFICACIA E LA RICADUTA DELLE INIZIATIVE REALIZZATE

L'efficacia e le ricadute delle iniziative realizzate a livello di comunicazione stampa sono state monitorate attraverso la rassegna stampa e la valorizzazione economica delle uscite. Nel periodo luglio 2023-luglio2024 sono state rilevati 27 articoli/servizi stampa e web per un valore pubblicitario equivalente di 149.818 € e un pubblico potenziale di 2.557.582 lettori. Tra le uscite di qualità "fuori pianificazione", Corriere della Sera edizione Torino e La Repubblica edizione Torino.

a3) Via Francigena for all

a3.1) Premessa

Il progetto **Via Francigena for all**, presentato nel 2022 da Regione Piemonte in occasione di un bando della Presidenza del Consiglio dei Ministri, ha rappresentato un vero e proprio progetto pilota a livello europeo con l'ambizioso obiettivo di fare della Via Francigena un esempio a livello internazionale di turismo accessibile e inclusivo per le persone con disabilità e non solo.

Costruito sul filo conduttore dell'importante cammino storico ha riguardato i tratti dell'**itinerario Canavesano Ivrea-Viverone** e della variante della **Valle di Susa Villar Focchiardo-Avigliana** della Via Francigena in un'ottica di innovazione che guarda ad esperienze inclusive a 360°, coinvolgendo tutto il territorio limitrofo e la sua offerta turistica culturale, naturalistica, sportiva ed enogastronomica. Una grande opportunità per Comuni e filiere locali, che si candidano a diventare eccellenze del turismo in chiave sociale.

Capofila del progetto, dal valore di 1,6 milioni di euro, è la Regione Piemonte, attraverso la **Direzione regionale Coordinamento Politiche e Fondi Europei - Turismo e Sport**, con un importante partenariato di lavoro composto dall'**Agenzia di promozione e di accoglienza turistica locale Turismo Torino e Provincia** e la **Regione Ecclesiastica Piemonte con la Consulta Regionale per i beni ecclesiastici del Piemonte e Valle d'Aosta** e il supporto di **Visit Piemonte**. Sono stati coinvolti nella realizzazione progettuale enti e associazioni che fanno parte del tavolo regionale per il Turismo Accessibile, in particolare **Unione Italiana Ciechi** e **Ente Nazionale Sordi** e Strutture regionali degli Assessorati con deleghe alle politiche sociali e lavoro; a cui si aggiungono **Agenzia Piemonte Lavoro**, **Club Alpino Italiano - Montagna Terapia**, **ASL TO – Centro Regionale Autismo**, Amministrazioni locali, **l'Associazione Europea Vie Francigene** e **l'Associazione Via Francigena di Sigerico di Ivrea**.

a3.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Presentazione del progetto presso la Borsa Internazionale del Turismo (BIT) 2024.

Visit Piemonte ha studiato con Regione Piemonte e i partner un momento di talk show dal titolo **“Lavori in corso su due tratti dell'importante cammino storico: l'innovazione nel turismo culturale, naturalistico, sportivo ed enogastronomico guarda ad esperienze inclusive a 360°**, che ha l'obiettivo di rendere maggiormente accessibile e inclusivo uno dei cammini storici più antichi d'Europa che attraversa il Piemonte. Introdotti dal Vicepresidente della Regione Piemonte Fabio Carosso, Luca Paiardi e Danilo Ragona - ideatori del progetto Viaggio Italia - insieme a Luca Bruschi, direttore dell'Associazione Europea Vie Francigene, e Barbara Bellini dirigente della Regione Piemonte per la valorizzazione turistica del territorio, hanno presentato le azioni in chiave di accessibilità e inclusione sui tratti dell'itinerario Canavesano e della Valle di Susa.

A moderare l'incontro la giornalista Rosalba Graglia di Bell'Italia. Consulenze e collaborazione sulle principali tematiche legate alle **disabilità visive e uditive** e su attività di comunicazione accessibile a ciechi, ipovedenti e sordi a cura di Ente Nazionale Sordi e Unione Italiana Ciechi.



Fiera "Fa' la cosa giusta - Fiera dei Grandi Cammini", Milano 22-24 marzo 2024

Il progetto di turismo accessibile della Regione Piemonte è stato fra i protagonisti alla fiera "Fa' la cosa giusta" a Milano dal 22 al 24 marzo.

Sono state quasi **40mila le presenze alla fiera** "Fa' la cosa giusta!" organizzata all'Allianz MiCo di Milano dalla casa editrice Terre di mezzo: un appuntamento dedicato ai Grandi Cammini e alle buone pratiche, contesto ideale per presentare il progetto pilota "Via Francigena for all".

Visit Piemonte ha supportato l'ATL Turismo Torino e provincia nello studio dello stand con l'agenzia di comunicazione Bellissimo, oltre a collaborare alla definizione del Talk, programmato nella giornata di domenica 24, alle ore 15.00, dedicato alla formazione degli operatori turistici e alla comunicazione nel contesto del turismo in chiave for all, con un approfondimento animato dagli interventi di **Franco Lepore presidente UCI PIEMONTE**, **Serafino Timeo presidente ENS – Ente Nazionale Sordi**, **Bruno Migliorati presidente del CAI** e **Marco Origlio albergatore**. L'incontro è stato moderato da Fabrizio Vespa, giornalista e scrittore ed ufficio stampa della Consulta Per le persone in Difficoltà.

Visit Piemonte ha coordinato anche l'agenzia stampa di progetto per la stesura del comunicato stampa, relativo alla partecipazione alla Fiera e alla presentazione del Talk Show.



Materiali di Comunicazione

Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte, ha operato, nell'ambito delle azioni previste dal progetto per la realizzazione di materiali di comunicazione declinati secondo la **visual identity** approvata, attraverso l'agenzia di comunicazione Bellissimo, aggiudicataria dell'incarico, per la realizzazione di tutti gli inviti, i materiali digital - banner, social e presentazioni.

Creazione di sezioni web onnicomprensiva di itinerari e contenuti di approfondimento sul sito visitpiemonte.com; presentazione alla fiera **WTM Londra**; realizzazione di **video** declinati in modalità accessibile per ipovedenti, ciechi e sordi a racconto del progetto nelle sue diverse fasi e articolazioni; realizzazione di **shooting fotografici** delle diverse fasi di progetto, degli eventi realizzati, del territorio e dei nuovi siti sacri ad apertura automatizzata, tramite l'App "Chiese a porte aperte" afferenti al circuito, accessibili per alcune disabilità.



Realizzazione di azioni di comunicazione e pianificazione media

Visit Piemonte ha curato lo studio la realizzazione di iniziative puntuali di promo - comunicazione con campagne sul mercato locale, nazionale e internazionale di prossimità e sui social media. Un aspetto di grande rilievo riguarda l'analisi approfondita dell'accessibilità, in particolare dei due tratti oggetto del progetto (in futuro dell'intero percorso francigeno piemontese), condotta da esperti del CAI e dell'Associazione Europea Vie Francigene - Francigena Service, lavoro importante realizzato dai partner di progetto.

Promozione digitale degli itinerari

Visit Piemonte ha inserito sulla piattaforma internazionale **Outdoor Active** i due itinerari in modalità declinata per la fruizione accessibile, con creazione di mappe e contenuti dedicati studiati in collaborazione con il **CAI - Club Alpino Italiano**.

Via Francigena for all | Tratto Ivrea - Viverone

Consegna dell'autore

Area sosta di Bollengo offre riparo e permette un utilizzo facile e sicuro per chiunque: sosta, ricambio bici e cariche elettriche, il riparo offre anche i servizi igienici e un'area per il campeggio. Insieme al rifugio, un'area di sosta per chi ha bisogno di un luogo dove dormire e un'area per chi ha bisogno di un luogo dove dormire.

Consegna dell'autore

Area sosta di Bollengo offre riparo e permette un utilizzo facile e sicuro per chiunque: sosta, ricambio bici e cariche elettriche, il riparo offre anche i servizi igienici e un'area per il campeggio. Insieme al rifugio, un'area di sosta per chi ha bisogno di un luogo dove dormire e un'area per chi ha bisogno di un luogo dove dormire.

Difficoltà	Valore
Difficoltà	20.2 km
Salita	500 m
Discesa	144 m
Discesa	133 m
Punto più alto	337 m
Punto più basso	238 m

Via Francigena for all | Tratto Villar Focchiardo - Avigliana

Consegna dell'autore

Area sosta di Bollengo offre riparo e permette un utilizzo facile e sicuro per chiunque: sosta, ricambio bici e cariche elettriche, il riparo offre anche i servizi igienici e un'area per il campeggio. Insieme al rifugio, un'area di sosta per chi ha bisogno di un luogo dove dormire e un'area per chi ha bisogno di un luogo dove dormire.

Consegna dell'autore

Area sosta di Bollengo offre riparo e permette un utilizzo facile e sicuro per chiunque: sosta, ricambio bici e cariche elettriche, il riparo offre anche i servizi igienici e un'area per il campeggio. Insieme al rifugio, un'area di sosta per chi ha bisogno di un luogo dove dormire e un'area per chi ha bisogno di un luogo dove dormire.

Difficoltà	Valore
Difficoltà	18.2 km
Salita	353 m
Discesa	136 m
Punto più alto	483 m
Punto più basso	316 m

48

Incarico a **Komoot** per lo sviluppo di una campagna di comunicazione da realizzare attraverso il portale Komoot.com. L'obiettivo principale della campagna era di promuovere il progetto tra le attività l'attivazione di un profilo dedicato a Visit Piemonte su Komoot per la promozione delle raccolte di itinerari e ha permesso dare maggiore visibilità ai percorsi e alle esperienze legate al territorio piemontese.

Via Francigena in Valle di Susa – percorso completo e tratto “for all”

Esplorazione - Raccolta by VisitPiemonte

La Via Francigena in Valle di Susa è un itinerario storico con la natura e con i tempi. Antiche abbazie e castelli si stagliano maestosi sfiorando sulle doline litorali degli altipiani medievali che sussurrano storie di un tempo che sembra essersi fermato.

Questo è un cammino antico, percorso da pellegrini e viandanti, che collega il monastero, la città, il castello, con forme e paesaggi del Piemonte. In questa raccolta si presentano i percorsi in cinque tappe, che puoi frangere e i percorsi completi in un unico itinerario.

Il tratto Susa è un percorso di grande valore storico e culturale, che collega il monastero, la città, il castello, con forme e paesaggi del Piemonte. In questa raccolta si presentano i percorsi in cinque tappe, che puoi frangere e i percorsi completi in un unico itinerario.

Via Francigena nel Canavese – percorso completo e tratto “for all”

Esplorazione - Raccolta by VisitPiemonte

Il Canavese, nelle montagne del nord-ovest del Piemonte, è una destinazione che invita per la sua tranquillità e la sua natura. Situato a breve distanza da Torino e Milano, è perfetto per chi cerca una pace (e anche un po' di avventura) in natura. Con la sua paesaggistica di alta montagna, il Canavese offre infinite possibilità per chi ama gli spazi aperti, la natura e la cultura, con percorsi in natura e percorsi in natura.

La Via Francigena è un percorso storico che attraversa l'Europa dal 1000 a oggi, che ti condurrà tra vigneti, castelli, castelli e castelli. In questo tratto del Canavese, la Via Francigena ti offre una pace (e anche un po' di avventura) in natura. Con la sua paesaggistica di alta montagna, il Canavese offre infinite possibilità per chi ama gli spazi aperti, la natura e la cultura, con percorsi in natura e percorsi in natura.

Pianificazione sui media locali

È stata realizzata una pianificazione puntuale per sensibilizzare il territorio con testate locali tra Torino, il Canavese e la Val di Susa, sulle azioni e realizzazione future del progetto.

In particolare si segnalano: Corriere della Sera Ed. Torino, La Stampa e Repubblica ed. Torino, La Sentinella del Canavese, Valsusa Oggi, Quotidiano Canavese, il circuito Publi In- Netweek e il circuito OPQ. Sono state realizzate delle **iniziative di comunicazione** in collaborazione con il mondo dell'associazionismo, in particolare con l'Unione Ciechi sezione piemontese.

Pianificazione media online

TGCOM 24

Incarico a Mediamond per la realizzazione di un native in collaborazione con la redazione del TGCOM24, portale di informazione e intrattenimento del gruppo Mediaset. Il tema focus, oltre racconto del valore inclusivo del progetto e le sue articolazioni, è la fruizione turistica in chiave for all. Il native è andato online il 18 luglio https://www.tgcom24.mediaset.it/na/regione-piemonte/-via-francigena-for-all--un-avventura-accessibile-a-tutti_84971782-202402k.html

Gazzetta Active

Incarico a RCS Cairo per la realizzazione di un branded content Gazzetta Active, rubrica della Gazzetta dello Sport dedicata al turismo attivo. Gli itinerari, canavesano e valsusino, diventano nuove vie per l'inclusione e la condivisione, rendendo il viaggio un'esperienza arricchente, dove l'accessibilità è parte integrante dell'esperienza. Online dal 16 luglio è consultabile al link https://www.gazzetta.it/turismo-sportivo/29-07-2024/piemonte-attivo-e-accessibile-la-nuova-via-francigena-for-all.shtml?refresh_ce&fbclid=IwY2xjawFrWAdleHRuA2FibQIxMAABHRx7AyISPIYD5h3aWwL3zg0k9emB8IcMsUB4vU0rpyx-mBdT-9bYPxoQ_aem_ksPGgs-oFea6fNStShcaSg

Montagna TV

Incarico a Edizioni Domus per la realizzazione di due contenuti native su Montagna TV, piattaforma dedicata all'Outdoor e avventure sportive, in collaborazione con la guida escursionistica e giornalista Lorenzo Mazzoleni. Focus degli articoli, oltre al racconto degli itinerari, il valore inclusivo del progetto e la fruizione turistica in chiave for all. Visit Piemonte ha coordinato la presenza del content creator sui territori fornendo spunti di visita e supporto. Sono stati pubblicati due publireazionali nel mese di luglio consultabili ai seguenti link :

- Itinerario Ivrea Viverone <https://www.montagna.tv/advertorial/canavese-via-francigena-for-all-da-ivrea-al-lago-del-viverone/>
- Itinerario Val di Susa <https://www.montagna.tv/advertorial/val-di-susa-via-francigena-for-all-da-villar-focchiardo-ad-avigliana/>

Campagna Native e digital listening sul mercato Italia

Incarico a Officina Tech per la realizzazione di una campagna Native, Display, Video ADV e digital Listening in programmatic rivolta al mercato Italia ed erogata su tutto il territorio in cui la Via Francigena si percorre (dalla Valle d'Aosta alla Puglia).

Il target, oltre a quello dei trekker e agli sportivi interessati ai Cammini legati alla spiritualità, è stato allargato a tutti coloro che sono vicini tematiche di inclusività e della disabilità come pure quelli impegnati nell'associazionismo.

Gli obiettivi di campagna sono stati fissati in 20.000 click garantiti al sito e 600.000 ascolti su Spotify attraverso una strategia di erogazione mirata e targettizzata. Sono state erogate 1.1187.558 impression per un totale di 21.016 click rispetto ai 20.000 previsti.

Pianificazione Media televisivi

Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte ha realizzato una serie di contenuti televisivi di taglio redazionale specifico come pure sulla TV nazionale. Qui di seguito un elenco puntale.

Camper RAI1

Incarico a Rai Com per la realizzazione di n. 5 contenuti televisivi andati in onda nella puntata del 26 di luglio di Camper RAI, format di Rai1 dedicato alle vacanze in Italia. I temi conduttori del programma sono stati declinati sul racconto turistico del progetto Via Francigena for all e così individuati:

- Spiagge: Viverone, Lido di Anzasco con Elisa Silvestrin;
- Cammini: tratto canavesano della via francigena con Francesco Gasparri;
- Borghi: Piverone con Lorenzo Branchetti;
- Eventi - Chiesa dei Santi Pietro e Paolo di Bollego con Annalisa Baldi;
- Enogastronomia: diretta dalla Sacra di San Michele e l'enogastronomia della Val di Susa con Monica Caradonna.

O anche no su RAI3

Incarico a **Rai Com** per la realizzazione di un servizio nell'ambito della trasmissione **"O anche no"** format di RAI 3 dedicato all'inclusione e alla solidarietà e che racconta, attraverso i protagonisti, le loro storie, le loro attese, difficoltà e conquiste. Testimonial intervistati dal conduttore Mario Acampa sono stati Serafino Timeo, presidente dell'Unione Italiana Sordi con l'interprete LIS, e Barbara Bellini dirigente della Valorizzazione turistica della Regione Piemonte. Le riprese sono state realizzate martedì 16 luglio presso la nuova area di sosta accessibile nelle vicinanze del Lago Piccolo di Avigliana.

Icarus Ultra per SKY TV

Incarico a Pubbliteam per la realizzazione di due servizi televisivi con Icarus Ultra, rubrica di Sky Sport, sui tratti di Villar Focchiardo-Avigliana e Ivrea-Viverone individuati dal progetto. Protagonista delle riprese Filippa Lagerbäck, che ha toccato i luoghi iconici sulla Ciclovía Francigena della Valle di Susa, i centri storici, la ferrata "Carlo Giorda" ai piedi della Sacra di San Michele, i Laghi di Avigliana; e nel Canavese, i Balmetti di Borgofranco di Ivrea, Ivrea e lo Stadio della Canoa, il Ciucarun e la chiesa dei Santi Pietro e Paolo a Bollengo, Piverone, il "Gesun" e il lago di Viverone.

I servizi sono andati in onda dal 26 luglio con una settimana di programmazione, con repliche sui canali Sky Sport UNO HD, Sky Sport ARENA, Sky Sport Action e Cielo canale 26 DT.

ENDU Channel

Incarico a Engagico SRL per la promozione dei due tratti del progetto su piattaforma Endu Channel dedicata al turismo sportivo con due servizi online che hanno visto il coinvolgimento di un atleta disabile impegnato nella fruizione dell'itinerario canavesano e valsusino. I servizi, della durata di 17 minuti, sono stati pubblicati sulla piattaforma www.channel.endu.net e sul canale YouTube della piattaforma Endu Channel.

Nuova edizione della guida "La Via Francigena" con Terre di Mezzo editore

Visit Piemonte, su incarico della Regione Piemonte ha realizzato la nuova edizione della "Guida La Via Francigena in Valle d'Aosta e Piemonte" con Cart'Armata Edizione srl coordinando la progettualità editoriale e promozionale definita con Regione e l'editore.

La nuova edizione ricomprende i seguenti contenuti:

- Introduzione alla Via Francigena con un Focus sul Territorio Piemontese.
- 5 Tappe della Via Francigena in Valle d'Aosta dal Gran San Bernardo a Pont-Saint-Martin;

- 4 Tappe Piemontesi, da Pont-Saint-Martin a Vercelli, entrando in Piemonte da Pont-Saint-Martin, la Via Francigena attraversa quattro tappe principali che conducono fino a Vercelli, importante città d'arte e cultura situata lungo il percorso;
- 8 Tappe Piemontesi della Val di Susa partendo dai valichi del Monginevro e del Moncenisio;
- approfondimento sul Progetto "Via Francigena for All".

Camminata evento "I love Francigena", 25 maggio 2024

L'evento è stato organizzato con il supporto dell'**Associazione Europea delle Vie Francigene**, incaricata dell'attività, e la collaborazione dei partner di progetto e della Regione Piemonte, con oltre 80 partecipanti, sul tratto Canavesano Ivrea-Viverone della Via Francigena, per presentare il progetto di accessibilità e il patrimonio di bellezza, natura e architettura del territorio.

La camminata è **partita da Ivrea**, accolta dall'amministrazione comunale, ed è proseguita toccando i comuni di **Burolo, Bollengo** - con la bella chiesa romanica dei santi Pietro e Paolo del circuito "Chiese a porte aperte" e attrezzata con e dove abbiamo incontrato il **Consorzio per la tutela e la valorizzazione dei vini DOCG di Caluso e DOC di Carema e Canavese**, Palazzo Canavese e Piverone (con l'antico "Gesun", altra chiesa romanica) attraversando paesaggi campestri, di bosco e vigneti e concludendosi con l'incomparabile vista sul lago di Viverone. Hanno supportato la camminata i Comuni e le associazioni di protezione civile del territorio e vi hanno preso parte Paolo Facchin dell'Associazione Via Francigena di Sigerico di Ivrea e Fabrizio Topatigh, campione italiano canavese paralimpico di ciclismo su pista e di ciclocross.



Press tour per giornalisti e influencer italiani

Visit Piemonte, con il supporto dell'Ufficio Stampa incaricato dal progetto Spin-To, ha lavorato all'organizzazione di due press tour rivolti a giornalisti e content creator nazionali del settore turistico, inclusi quelli specializzati nel turismo per persone con disabilità. I press tour si sono svolti il 5 e il 6 settembre, concentrandosi rispettivamente su due tratte della Via Francigena: quella valsusina e quella canavesana.

Press Tour Val di Susa

Nel Tour valsusino il gruppo è partito da Torino la mattina di giovedì 5 con due mini-van, uno dei quali attrezzato per l'**influencer disabile Emanuel Cosmin Stoica**. Le tappe sono state: la Cappella di San Lorenzo di San Giorio di Susa, inclusa nel progetto Chiese a porte aperte, qui sono stati accolti don Gianluca Popolla, responsabile per il Piemonte dei beni culturali ecclesiastici e l'edilizia di culto della Cei e il suo collaboratore Roberto Canu e dal sindaco Danilo Bar; visita all'area sosta accessibile di Cascina Roland di Villar Focchiardo e al Museo Laboratorio della preistoria, accolti dal sindaco, Enzo Merini e dalla direttrice scientifica del museo Gabriella Monzeglio. Il gruppo ha poi raggiunto Avigliana per il pranzo, nel pomeriggio, c'è stata la visita alla chiesa di San Pietro di Avigliana dell'XI sec. e del centro Storico.

Hanno partecipato: Loredana Del Nino (QN Quotidiano Nazionale), Anna Maria Catano (Settimanale Oggi e Corriere della Sera); Fabio Parri (Mondo in Tasca), Stefania Mezzetti (MondoFerroviario e VIAGGI.com); Sofia Montagna e Emanuel Cosmin Stoica (influencer social media)

Hanno accompagnato il press tour, Emanuela Sarti per Visit Piemonte e Ada Stoian per l'agenzia Spin-To.

Press Tour Canavese

Il viaggio ha toccato Borgomasino, con visita e degustazione della produzione locale di Erbaluce e Nebbiolo DOCG presso l'Azienda L'ERM e la città di Ivrea, con visita alla Cattedrale e alla cripta (inserite nel progetto Chiese a porte aperte, pannello multisensoriale); quindi visita guidata al Complesso Olivettiano Ivrea Città Industriale del XX secolo UNESCO e Borgofranco d'Ivrea con sosta in due tipici "Balmetti"; Settimo Vittone con visita guidata al complesso paleocristiano del Battistero di San Giovanni e Pieve di San Lorenzo (beni FAI); Piverone – borgo e Bollengo, con incontro e visita guidata della Chiesa romanica dei Santi Pietro e Paolo (pannello multisensoriale e area sosta attrezzata) a cura di Roberto Canu della Consulta dei Beni Ecclesiastici del Piemonte e del vicesindaco di Bollengo, e passaggio in area del Lago di Viverone.

Al viaggio stampa nel Canavese, tratto Ivrea – Viverone, hanno partecipato: Anna Maria D'Urso, IO Donna / Corriere della Sera; Marcella Gaudina, Mondo in Tasca; Andrea Foschi, The Travel News; Emanuela Cavalca, Italia a Tavola; Carlo Ingegno, direttore di Agenda Viaggi; Marco Biella, Sportoutdoor 24; Fulvio Borgogno, Mediaset – Mag Studio Aperto; Federica Figliolo, influencer; Silvia Botticelli, influencer.

Da segnalare il giornalista – fotografo di Mediaset ha intervistato Paolo Caligaris quale referente di progetto della Regione Piemonte.

Conferenza Stampa e Camminata di chiusura

Visit Piemonte, in collaborazione con la Regione Piemonte ha studiato e realizzato la Conferenza Stampa di chiusura progetto, 6 settembre 2024 e la camminata evento inclusiva, aperta alle persone con disabilità, prevista per il sabato 7 settembre 2024, in Valle di Susa, da S. Ambrogio ad Avigliana.

Conferenza stampa 6 settembre 2024

Visit Piemonte ha in stretta collaborazione con Regione Piemonte, ha organizzato la conferenza stampa di chiusura del progetto presso la Sala Trasparenza. Sono state presentate, anche tramite il video editato, che ha introdotto l'evento, le tante iniziative realizzate per rendere accessibili e inclusivi il tratto canavesano, Ivrea-Viverone, e quello valsusino, Villar Focchiardo-Avigliana.

Ha partecipato come relatore l'Assessore regionale Maurizio Marrone, il Direttore generale Paola Casagrande, Marcella Gaspardone, Direttore di Turismo Torino e Provincia, Beppe Carlevaris, Presidente CDA Visit Piemonte, Don Gianluca Popolla, incaricato regionale per i Beni culturali ecclesiastici, Serafino Timeo, Presidente Ente Nazionale Sordi Piemonte, Bruno Migliorati, Presidente Gruppo Regionale CAI Piemonte, Giovanni Ferrero, Direttore CPD, Franco Lepore, Presidente regionale dell'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti (UICI) del Piemonte, Danilo Ragona e Luca Paiardi, B-Free, Andrea Archinà, sindaco del Comune di Avigliana e vicepresidente dell'Unione Montana Valle Susa, membro dell'Ufficio di Presidenza Associazione Europea delle Vie Francigene, Federica Deyme, APL - Agenzia Piemonte Lavoro. Ha partecipato in videocall Annagrazia Laura, Presidente ENAT - European Network for Accessible Tourism a.s.b.l.

La conclusione ha visto anche un momento conviviale con un pranzo a buffet gestito dalle Fonderie Ozanam, cooperativa sociale senza scopo di lucro che opera nel mondo della ristorazione da 33 anni.



Camminata Evento

Sabato 7 settembre si è svolta la camminata inclusiva da Sant'Ambrogio ad Avigliana a chiusura progetto, con circa 100 i partecipanti che hanno percorso i 9 km nel verde della bassa Valle di Susa all'ombra della Sacra di San Michele. Erano presenti l'assessore regionale Maurizio Marrone, i sindaci di Avigliana e Sant'Ambrogio, Silvano Barella e Andrea Archinà, e la vicesindaca di Chiusa di San Michele, Alessia Leuzzi; delegazione dell'Ente Nazionale Sordi e il presidente regionale dell'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti, Franco Lepore. La camminata è stata accompagnata dalle narrazioni della guida turistica Valentina Calliero. Al Campo del Palio sono saliti sul palco il direttore di Visit Piemonte, Alessandro Zanon; la dirigente di Turismo Torino e provincia, Marcella Gaspardone; Ivana Accalai per La Regione Piemonte e Franco Lepore dell'UICI che, moderati da Marco Cicchelli, hanno dato vita ad un talk show che ha evidenziato lo spirito e le tappe del progetto "Via Francigena for all". la gestione dell'evento è stata affidata a La Pellegrina Bike Marathon A.S:D. Guide Discovery Valsusa. A cura di Visit Piemonte anche l'analisi e gestione dei rischi legati all'uso dell'area destinata alla camminata, volta sicurezza degli utenti nel rispetto delle normative vigenti in materia.



a4) Tour de France 2024

L'area Comunicazione ha supportato l'area Sport della società e la Regione Piemonte per la promozione e diffusione dell'evento delle tappe piemontesi, la tappa 3 da Piacenza a Torino e la tappa 4 da Pinerolo a Valloire (1-2 luglio).

Per la prima volta, in 121 anni di storia, la leggendaria corsa ciclistica del Tour de France è partita dall'Italia.

Le attività a cui ha collaborato l'area Comunicazione sono state:

- invio di brochure "Piemonte. L'esperienza che non ti aspetti", con informazioni turistiche in italiano e inglese per i giornalisti e il pubblico presso il Village e l'Area Stampa;
- realizzazione di clip teaser per celebrare il legame tra il Piemonte e il mondo della bicicletta;
- partecipazione al tavolo di lavoro con i diversi enti coinvolti;



- installazione della **mongolfiera Piemonte**, che con il suo colore giallo, e personalizzata con il logo Piemonte Experience, ha accolto l'arrivo del tour, in una posizione strategica per essere visibile. La mongolfiera ha effettuato un volo vincolato, solo con i piloti a bordo. Per quest'attività l'Area Comunicazione ha collaborato con la Città di Torino per definire e assolvere a tutte le procedure afferenti alla sicurezza: con preparazione e trasmissione di tutta la documentazione tecnica utile al Comitato organizzatore, ha effettuato richiesta di concessione dell'occupazione del suolo pubblico agli uffici Suolo Pubblico Eventi e Manifestazioni della Città di Torino, ha svolto sopralluoghi e incontri per concordare l'installazione con tecnici e con i piloti, nonché proprietari della mongolfiera stessa. La mongolfiera Piemonte è stata ancorata a terra con fuoristrada nell'area di Parco Cavalieri di Vittorio Veneto;
- per sfruttare al meglio il prezioso momento di visibilità nazionale e internazionale di Torino e del Piemonte, l'area Comunicazione, con l'ufficio stampa sarà presente nella Media Room, allestita all'interno del Palasport Olimpico – Inalpi Arena, il 1° luglio, giornata clou dell'evento con l'arrivo a Torino della Carovana per supporto all'attività di PR con i media italiani ed esteri;
- creazione di una sezione dedicata sul sito visitpiemonte.com;
- a copertura e diffusione dell'evento Visit Piemonte ha realizzato un PED "live" FB e IG a documentazione dei momenti salienti della giornata del 1° luglio, in collaborazione con i colleghi dell'Ufficio stampa di Regione Piemonte.



a5) Progetto Comunicazione Montagna estate-autunno 2024

a5.1) Premessa

La campagna di comunicazione istituzionale, che ha subito un refresh a livello di visual grafico e restyling del logo Piemonte nel 2023 - in continuità con l'immagine grafica, declinata per tutti i materiali di promozione turistica ed agroalimentare di Visit Piemonte e delle ATL territoriali – ha mantenuto il layout studiato anche per la promozione del tema Outdoor con cinque soggetti, uno per ciascun distretto montano piemontese, per promuovere l'estate e settembre.

Come da progetto, richiesto da Regione Piemonte, a supporto delle aree montane alluvionate - la Valsesia con Alagna, la Valle Anzasca con Macugnaga, le Valli di Lanzo, Orco e Soana – è stata predisposta una campagna di sensibilizzazione per rilanciare turisticamente queste destinazioni. È stata creata una declinazione ad hoc della campagna istituzionale per invitare il visitatore a soggiornare e fruire dei servizi turistici, tornati tutti a regime, con un messaggio a sostegno del sistema turistico locale duramente provato

a5.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate nel 2024

Concept grafico e declinazioni della campagna montagna estiva istituzionale

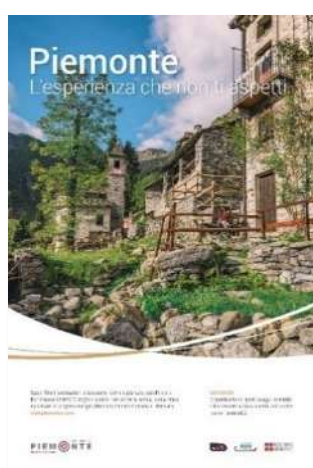
Per la promozione del soggetto **Outdoor montagna estiva istituzionale** Visit Piemonte ha realizzato una **campagna di comunicazione multi-soggetto** incentrata e focalizzata sulla promozione della stagione estiva fino a settembre sulle nostre montagne. Ha cercato di coprire alcune delle esperienze di vacanza Outdoor più diffuse sul nostro territorio, scegliendo immagini d'impatto e in linea con il claim di campagna, per raccontare un Piemonte che non ti aspetti. In allegato sono visibili tutti i soggetti.

Visit Piemonte, nello specifico, ha gestito e realizzato quanto segue:

ricerca **iconografica**, per individuare le immagini da utilizzare in campagna, per ciascun comprensorio montano, attraverso le ATL territoriali e l'archivio fotografico di Visit Piemonte;

studio della grafica per i **5 soggetti di campagna**, secondo le linee guida del **layout grafico istituzionale**, verifica e approvazione dei diversi soggetti con la Presidenza Regionale, realizzazione degli esecutivi dei 5 soggetti approvati e relative declinazioni per i diversi supporti;

studio e stesura del copy di campagna: redazione del testo allineato con la comunicazione visiva oggetto della promozione.



Campagna Istituzionale montagna: azioni digital

Per comunicare il patrimonio Outdoor del Piemonte e la sua varietà di fruizione sul mercato italiano e sui mercati internazionali obiettivo, in vista della stagione estiva, con uno scavalco per settembre, sono state realizzate una serie di azioni di promozione digital per raggiungere i target definiti con campagne native, display ADV e social media, attraverso i portali online delle testate autorevoli di informazione, infotainment, travel e lifestyle nel panorama media. L’obiettivo è quello di mantenere l’attenzione sull’offerta turistica delle montagne piemontesi con una campagna awareness così come comunicare le novità per l’estate 2024 e stimolare le conversazioni e la viralità dei contenuti sul social media system di Visit Piemonte e della community che lo anima.

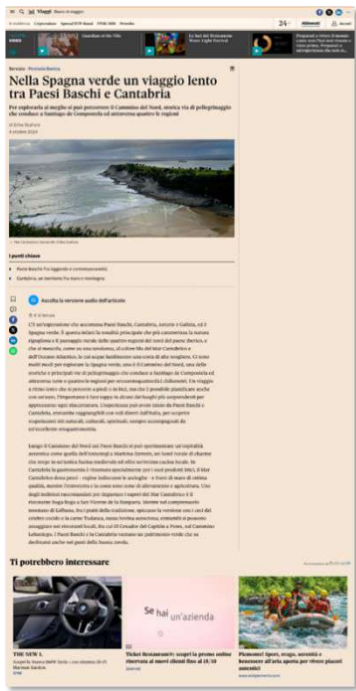
Campagna Native ADV con la piattaforma “Outbrain”

Piattaforma specializzata nell’erogazione sui publisher editoriali nazionali ed esteri di contenuti redazionali online in modalità programmatic, verso target profilati per interessi definiti. Il suo network consta di più di 100.000 siti nel mondo, raggiungendo così più di mezzo miliardo di persone ogni mese, con circa 200 miliardi di contenuti “raccomandati” durante la navigazione.

Il pacchetto concordato ha previsto: la selezione di 581 testate online sul mercato Italia, DACH, Francia, Benelux e Olanda e 40.000 click garantiti alla landing page di visitpiedmonte.com dedicata all’offerta Outdoor e al catalogo digitale delle esperienze trekking e bike aggiornate all’estate 2024.

Visit Piemonte ha realizzato internamente le grafiche, una per ciascun comprensorio montano, in linea con la campagna istituzionale, declinandola nei diversi formati cross device per la copertura media delle testate selezionate. Il set completo è visionabile negli allegati. Inoltre sono stati definiti, editati e tradotti i testi che hanno caratterizzato la campagna native.

La campagna ha erogato **oltre 23 milioni di impression** e generato **41.530 click al sito**. Ogni visita, in media, ha generato una permanenza di **43 secondi con 1,7 pagine visitate**. il sito ha beneficiato di **117.756 visite uniche con oltre 129mila pagine viste**.





TITOLI DELLE PAGINE	VISUALIZZAZIONI UNICHE	EVOLUZIONE
Via Francigena for All Visit Piemonte	+29846	+11890.8%
Esperienze Outdoor Visit Piemonte	+20768	+1357.4%
Outdoor-Erlebnisse Visit Piemonte	+17960	+8593.3%
Expériences en plein air Visit Piemonte	+15511	+5897.7%

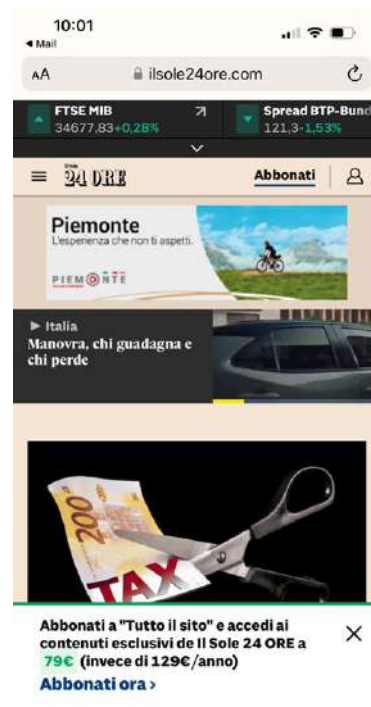
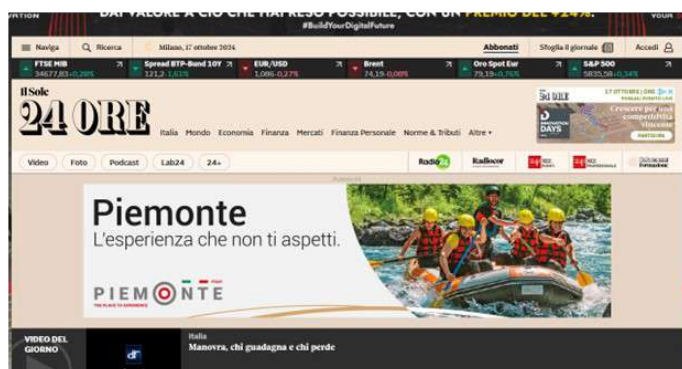
URL DELLE PAGINE	VISUALIZZAZIONI UNICHE	EVOLUZIONE
fr	+21872	+642.2%
de	+20910	+958.7%
/esperienze-outdoor	+7431	+492.8%
/via-francigena-for-all	+2336	+1057%

Campagna Display ADV

Sul Sole24ore.it, 3° quotidiano in Italia per numero di lettori su carta e digital per complessivi 145.508, in target con la profilazione degli interessi rispetto agli obiettivi della campagna.

Visit Piemonte ha realizzato internamente le grafiche declinate dalla campagna istituzionale (con immagini e claim "Piemonte l'esperienza che non ti aspetti", rispetto ai formati individuati come i più impattanti su desktop e mobile. Il set completo con gli adattamenti e gli screenshot esemplificativi sono consultabili negli allegati.

Sono state erogate oltre **1 milione di impression** che hanno generato un migliaio di click circa, con un **CTR pari allo 0.8%**, risultato eccellente rispetto a questa tipologia di campagna



Campagna Istituzionale montagna sui canali radio

Per una copertura promozionale a livello nazionale, Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte ha definito e avviato, una campagna radio su network di grande diffusione in target con gli obiettivi di campagna: mantenere alto l'interesse verso il territorio e stimolare la curiosità all'insegna di nuove avventure trek e bike. Sono stati coinvolti due network radiofonici nazionali per realizzare due flight di campagna che andiamo qui di seguito a dettagliare.

Circuito Digitalia Mediaset con Radio 105 e Virgin Radio

Sono state pianificate 2 campagne rispettivamente su Radio 105 (oltre 4 milioni di ascoltatori al gg) e Virgin Radio (due milioni e mezzo di ascoltatori al gg) con due settimane di programmazione cadauna a copertura del target definito in linea con gli obiettivi strategici della Regione Piemonte.

Visit Piemonte ha realizzato il testo da registrare e scelto la base musicale in accompagnamento, come pure la voce narrante, a garanzia di uno spot piacevole all'ascolto e persistente nel ricordo. Al termine dell'enunciato veniva segnalato il sito visitpiemonte.com. Gli spot sono andati in onda nel mese di luglio. I report di ascolto e gli spot audio sono consultabili negli allegati.

Radio RTL 102.5

Con oltre 7 milioni e mezzo di ascoltatori al giorno RTL102.5 è la radio più ascoltata d'Italia, oltre ad essere un network indipendente non affiliato a gruppi editoriali. Visit Piemonte ha realizzato una campagna di due settimane con uno spot da 15" e pianificato le prime due settimane di agosto a prosecuzione e amplificazione della campagna avviata con le radio del gruppo Mediaset. Inoltre lo spot è stato disponibile anche sulla web radio di RTL 102.5 con un'immagine di campagna a suggerire l'invito all'ascolto.

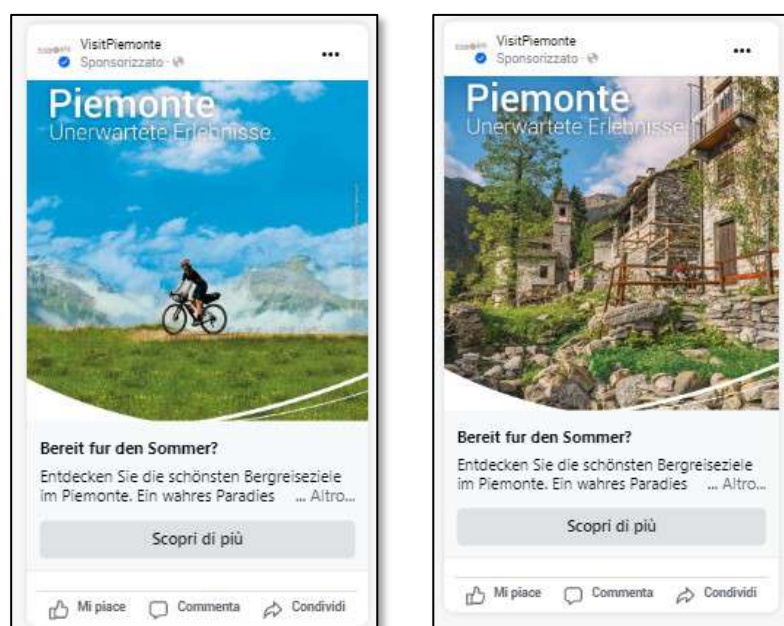
Campagna social media

Dal mese di luglio e agosto è stata veicolata, sui profili Instagram e Facebook di Visit Piemonte, la campagna istituzionale dedicata all'Outdoor in Piemonte, sia in white che in dark, con 5 creatività diverse e il claim "Piemonte. L'esperienza che non ti aspetti", declinata anche in francese e tedesco secondo il mercato di riferimento.

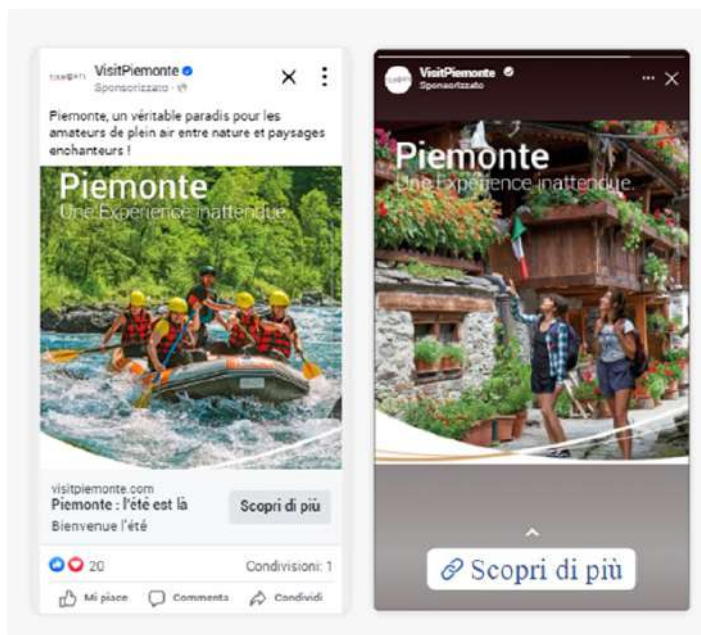


La campagna ha avuto risultati molto interessanti: sul **mercato italiano** sono state raggiunte più di **800k impression** e quasi **380k utenti** che hanno generato circa **10k interazioni** con la pagina e più di **8k click sul link** alla sezione dedicata del sito www.visitpiemonte.com, con un CPC (costo per click) molto basso, dimostrando un'eccellente efficienza nell'allocazione del budget. L'alto tasso di interazione e il numero di click indicano un forte interesse degli utenti italiani verso i contenuti proposti, in particolare quelli dedicati alle esperienze culturali e paesaggistiche. Il formato delle inserzioni, che ha combinato immagini ad alto impatto visivo e testi coinvolgenti, ha contribuito ad attrarre l'attenzione del pubblico target, incentivando non solo l'engagement della pagina, ma anche la conversione verso il sito web. Analizzando più nel dettaglio i risultati, è emerso che i post che hanno ottenuto le migliori performance in termini di CTR (click-through rate), sono stati quelli postati su Facebook.

Sul **mercato tedesco** la campagna ha performato bene, **sfiorando 200k impression** e oltre **100k utenti raggiunti**, **quasi 2k click al link** e interazioni con la pagina, dimostrando un interesse crescente verso la destinazione Piemonte. Gli utenti tedeschi hanno risposto positivamente ai contenuti incentrati sui paesaggi montani, le esperienze outdoor e l'enogastronomia locale, grazie anche all'utilizzo di contenuti visivi d'impatto, particolarmente efficaci per il target francese. Questi risultati evidenziano un buon potenziale per ulteriori campagne, con l'obiettivo di incrementare ulteriormente la visibilità e l'interesse verso la destinazione Piemonte sul mercato tedesco.



Sul **mercato francese** la campagna è stata molto efficiente: oltre **600k impression**, **320k utenti francesi** raggiunti con una conversione di **3k click al sito**. I dati evidenziano un eccellente rapporto tra investimento e interazione, con un CPC (Click per click sul link) particolarmente basso. Questo dimostra il forte interesse da parte del pubblico francese verso i contenuti proposti. Il mercato francese rappresenta un target solido per la promozione del territorio piemontese, e un approccio basato su contenuti emozionali potenzia ulteriormente la conversione e il coinvolgimento degli utenti francesi nelle campagne.



Concept grafico e declinazioni della campagna di sensibilizzazione, rivolta alle montagne alluvionate.

Per la promozione della **campagna di sensibilizzazione, rivolta alle montagne alluvionate**, Visit Piemonte ha realizzato una seconda **campagna multi-soggetto** con un messaggio e un layout grafico differente e dedicato: per sostenere il territorio e invogliare il possibile turista a soggiornare e fruire dei servizi ricettivi, turistici, commerciali a supporto della ripartenza.

Visit Piemonte, nello specifico, ha gestito e realizzato quanto segue:

ricerca **iconografica**, delle immagini da utilizzare in campagna, per ciascun comune/comprensorio montano alluvionato, attraverso le comunità montane, i comuni, la banca immagini Getty Images e l'archivio di Visit Piemonte;

studio della grafica per i **15 soggetti di campagna** (Valsesia con Alagna, la Valle Anzasca con Macugnaga, le Valli di Lanzo, Orco e Soana), seguendo le linee guida del **layout grafico istituzionale ma con una variazione grafica**, verifica e approvazione dei diversi soggetti con la Presidenza Regionale, realizzazione degli esecutivi dei 15 soggetti approvati e relative declinazioni per i diversi supporti;

studio e stesura del **copy di campagna montagne alluvionate**, con un messaggio pensato per sensibilizzare il possibile visitatore.

Qui alcuni esempi dei visual di campagna realizzati, tutti i soggetti sono visibili negli allegati.



Campagna ADV su testata editoriale

- **Corriere della Sera**

Come concordato con Regione Piemonte è stata prevista una campagna ADV tabellare sul **Corriere della Sera, edizione di Milano e Lombardia**, che ha un'importante diffusione con 84.159 copie e una readership di 705.210 lettori, oltre a essere un mercato interessante per il Piemonte dell'Outdoor. Sono state realizzate 12 uscite tabellari con formato pagina intera nei me4si di luglio e agosto.

Qui alcune delle uscite realizzate.



Campagne digital sui circuiti del Nord Ovest area Lombarda

64

Circuito OPQ - Organizzazione Pubblicità Quotidiani

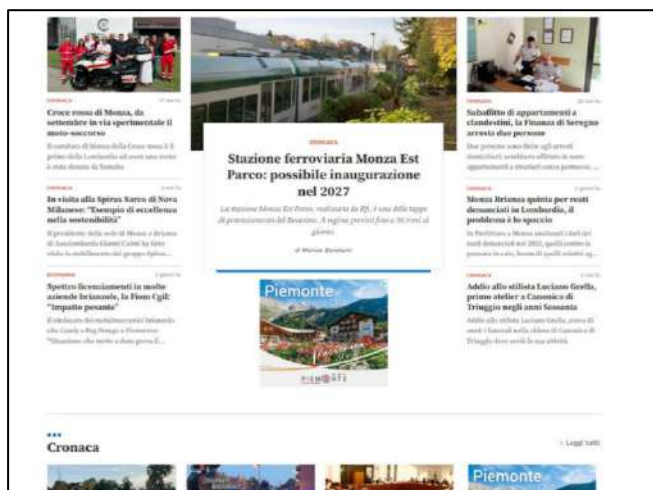
È stato individuato il circuito editoriale locale OPQ della Lombardia con le seguenti testate online:

- Giornale di Brescia
- Il Cittadino Lodi
- La Provincia Unica Tv
- La Provincia di Como
- Eco di Bergamo
- Cittadino di Monza

Visit Piemonte ha realizzato e fornito le grafiche cross device, con i formati per la pubblicazione della campagna sui portali locali, con erogazione dalla fine del mese di luglio.



In un mese circa sono state erogate **1.695.715 impression**, con un ottimo riscontro del brand awarness, e generati **1.616 click**. Il CTR ha raggiunto lo **0,1% (sensibilmente basso rispetto alle tipologie campagna display)**. Di tale dato cui verrà tenuto conto in sede di eventuale pianificazione con questo gruppo. Qui di seguito alcuni esempi di erogazione

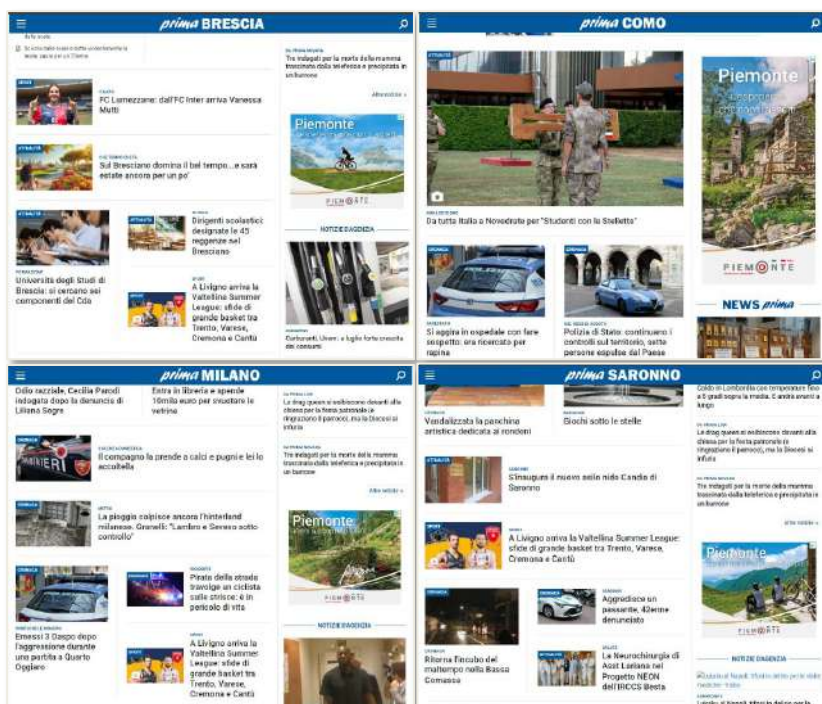


Campagna digital dal 31/07 al 31/08 per il circuito Netweek area Lombardia

A complementarietà delle attività sul circuito locale OPQ Lombardia, è stata replicata la medesima attività sul circuito Netweek, che ricomprende le seguenti testate locali:

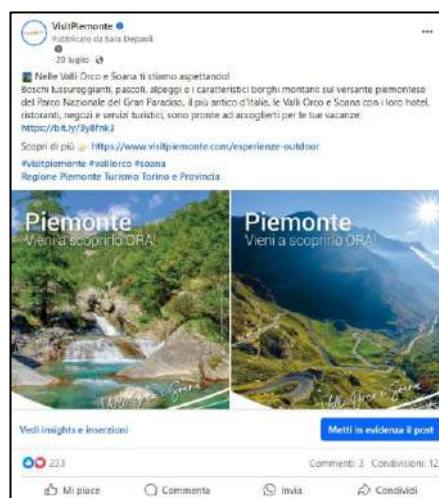
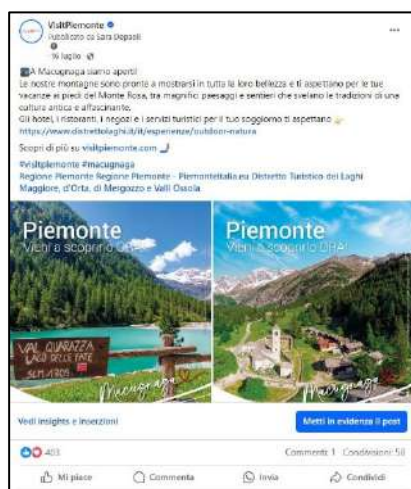
primabergamo.it, primabrescia.it, primacomo.it, primacremona.it, primadituttomantova.it, primadituttomilano.it, primalamartesana.it, primalavalcamonica.it, primalavaltellina.it, primalecco.it, primalodi.it, primamerate.it, primamilanoovest.it, primamonza.it, primapavia.it, primasaronno.it, primatreviglio.it.

Sono state erogate **1,5 milioni di impression** che hanno generato quasi **7.743 click**, con un CTR pari a **0,5%** **performando nettamente meglio del circuito OPQ** prima esaminato.



Campagna social a sostegno dei territori alluvionati

In linea con le uscite print del Corriere della Sera e con la campagna digital sui circuiti locali OPQ e Publi In, le creatività realizzate per i territori di Macugnaga, Alagna, Valli Orco e Soana, Valli di Lanzo sono state declinate nei formati di FB e IG per un immediato presidio della community, della fan base e dei follower per sensibilizzare un turismo solidale e consapevole nelle località montane alluvionate del Piemonte. I mercati di riferimento sono stati Italia, Francia di prossimità e il mercato DACH, in linea con le strategie promozionali della Regione Piemonte.



La **campagna nazionale** è stata postata organicamente sulla bacheca di Facebook e sul feed di Instagram ed è stata anche oggetto di sponsorizzazione verso il target di riferimento: famiglie e persone appassionate di montagna, outdoor, trekking, natura e sport all'aria aperta. La campagna ha ottenuto un totale di **130k**

impression, 66k utenti raggiunti e quasi **7k interazioni** con la pagina, una conversione di **260 click sul link** e maggiore interesse per la destinazione di Macugnaga, prima località sponsorizzata.

Mercato tedesco

Sul mercato tedesco sono state avviate delle dark ADV con obiettivo traffico al sito e interazione degli utenti alla pagina Facebook e Instagram di Visit Piemonte. I risultati raggiunti sono molto positivi: in Germania la sponsorizzazione ha raggiunto un pubblico ampio, sfiorando le **150k impression** e i **100k utenti**, dimostrando una buona interazione con la pagina. La Germania conferma di essere un mercato molto ambito soprattutto per il settore turistico, perché alto spendente, quindi di conseguenza più caro. A parità di investimento, il CPM (Costo per 1000 impression) risulta essere maggiore rispetto al mercato italiano e francese, ma è senza dubbio un mercato da presidiare perché rappresenta un bacino di utenza molto interessato al nostro prodotto. Queste le grafiche utilizzate per la campagna in dark:



67

Mercato francese

In Francia la campagna ha raggiunto un pubblico ampio, confermandosi un mercato molto fidelizzato del Piemonte, dovuto anche alla prossimità. Così come per la Germania, anche per il mercato francese sono state create le dark ADV con obiettivo traffico al sito e interazione della community francese alla pagina Facebook e Instagram di Visit Piemonte. Nel complesso i risultati sono stati soddisfacenti: le località di promozione hanno riscontrato grande interesse raggiungendo quasi **400k impression** e oltre **160k utenti**, suscitando circa 4k interazioni con i contenuti.



a6) Attività di comunicazione e promozione per le NITTO ATP FINALS, 10 – 17 NOVEMBRE 2024

a6.1) Premessa

Le Nitto ATP Finals hanno rappresentato l'evento conclusivo della stagione del tennis maschile, riunendo i migliori talenti del circuito mondiale. Seguito con grande entusiasmo dagli appassionati di tutto il mondo, l'evento coinvolge ogni anno un ampio pubblico e di media internazionali, in particolare l'edizione 2024 ha evidenziato un impatto economico sul territorio di oltre mezzo miliardo di euro, come comunicato nella conferenza stampa finale dal presidente della Federazione italiana tennis e padel Angelo Binaghi. Le presenze in Piemonte sono state 275mila, considerando anche gli allenamenti e il concerto del Grand Opening Show, con una crescita del 77% rispetto al primo anno di Torneo, caratterizzata da una forte presenza italiana.

Anche per quest'anno Torino e il Piemonte sono stati protagonisti grazie ad un ricco programma di eventi organizzato da Regione Piemonte con la Città di Torino, Camera di commercio di Torino e in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e Visit Piemonte, che ha visto a Casa Tennis, Casa Gusto e durante i tanti eventi diffusi oltre 7mila presenze, 50 talk, 150 ospiti, più di 200 iniziative in città, 64 degustazioni, 43 visite guidate, circa 19mila euro devoluti alla Fondazione Ricerca Molinette e oltre 5 milioni di visualizzazioni sui social. Sicuramente la vittoria di Sinner, grande atleta italiano, ha amplificato notevolmente la visibilità di Torino e del Piemonte, grazie alla comunicazione che ne è derivata, offrendo una grande vetrina nazionale e internazionale per la nostra regione.

La Regione Piemonte, anche per questa edizione, ha indicato Visit Piemonte per coordinare e realizzare una serie di iniziative di comunicazione per la promozione dell'evento e di Torino e del Piemonte attraverso una campagna di comunicazione negli aeroporti internazionali e nel circuito Grandi Stazioni; la brandizzazione dei taxi e del City Sightseeing Torino; la realizzazione di due palline sospese, da allestire in P.zza Castello; la predisposizione di shooting fotografici a copertura dell'evento e la stampa di materiali off line di promozione.

68

a6.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Azioni di comunicazione Out of Home

➤ Circuito Aeroporti italiani ed esteri

Visit Piemonte, in questo contesto, ha realizzato, attraverso la concessionaria esclusiva, la pianificazione digitale della campagna ufficiale nei circuiti aeroportuali italiani e internazionali, individuati dal Tavolo di Lavoro tra Regione e Città di Torino per le Nitto ATP Finals.

L'erogazione della campagna è stata eseguita nei tempi e nelle modalità convenute, con un impatto buono e capillare perché ha toccato i principali scali italiani e due degli hub aeroportuali internazionali di maggiore interesse e visibilità. Qui a seguire il dettaglio della pianificazione:

1. Circuito Aeroporti nazionali:

- Malpensa Ledwall, Impianto premium, dal 30/10 al 20/11;
- Linate Ledwall 682, Impianto premium, dal 30/10 al 20/11;
- Genova impianto Genova Vision, dal 30/10 al 20/11;
- Torino Airport, Impianto Torino Vision, dal 30/10 al 20/11;
- Orio, Impianto Orio Vision, dal 30/10 al 20/11.

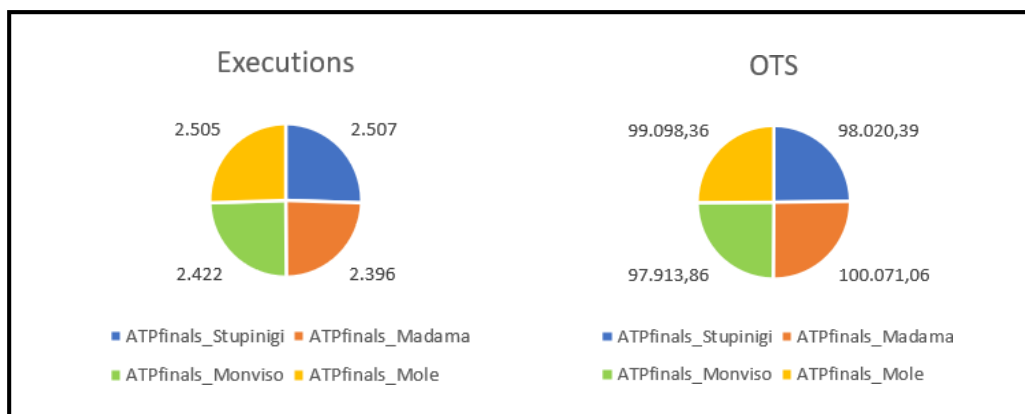
Erogazione totale campagna		
Data	Executions	OTS
30/10/2024	847	32.118,19
31/10/2024	321	21.974,72
01/11/2024	754	33.187,33
02/11/2024	377	15.029,42
03/11/2024	677	35.598,36
04/11/2024	281	15.782,92
05/11/2024	362	17.987,28
06/11/2024	313	18.175,97
07/11/2024	844	38.513,50
08/11/2024	77	18.552,22
09/11/2024	333	18.536,97
10/11/2024	449	18.750,14
11/11/2024	1.008	44.815,28
12/11/2024	1.450	56.233,83
13/11/2024	1.573	58.495,17
14/11/2024	1.424	57.663,61
15/11/2024	1.013	56.128,44
16/11/2024	1.137	54.177,31
17/11/2024	1.135	55.257,47
18/11/2024	1.233	54.255,89
19/11/2024	586	36.772,33
20/11/2024	789	37.897,11
Totale:	16.983	795.903,47

➤ **Circuito Aeroporti internazionali:**

- Impianto presso l'aeroporto di Francoforte, dal 30/10 al 18/11 con le giornate di erogazione avvenuta.

Erogazione campagna		
Data	Executions	OTS
30/10/2024	590	17.498,61
31/10/2024	39	6.672,53
01/11/2024	587	18.336,81
02/11/2024	0	0,00
03/11/2024	429	19.873,42
04/11/2024	0	0,00
05/11/2024	0	0,00
06/11/2024	0	0,00
07/11/2024	597	20.687,19
08/11/2024	0	0,00
09/11/2024	0	0,00
10/11/2024	0	0,00
11/11/2024	768	28.214,89
12/11/2024	893	34.833,83
13/11/2024	978	35.932,72
14/11/2024	825	35.088,03
15/11/2024	722	30.741,83
16/11/2024	659	26.338,72
17/11/2024	690	26.927,44
18/11/2024	776	26.638,33
19/11/2024	489	29.422,19
18/11/2025	789	37.897,11
Totale:	9.831	395.103,67

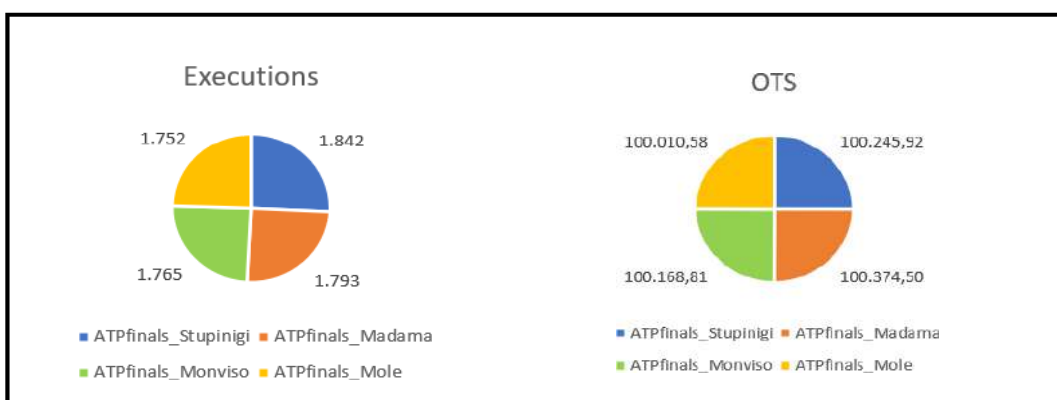
Distribuzione erogazione		
Creatività	Executions	OTS
ATPfinals_Stupinigi	2.507	98.020,39
ATPfinals_Madama	2.396	100.071,06
ATPfinals_Monviso	2.422	97.913,86
ATPfinals_Mole	2.505	99.098,36



- Vision network, presso l'aeroporto di Londra Heathrow, dal 30/10 al 18/11;

Erogazione campagna		
Data	Executions	OTS
30/10/2024	257	14.619,58
31/10/2024	282	15.302,19
01/11/2024	167	14.850,53
02/11/2024	377	15.029,42
03/11/2024	248	15.724,94
04/11/2024	281	15.782,92
05/11/2024	362	17.987,28
06/11/2024	313	18.175,97
07/11/2024	247	17.826,31
08/11/2024	77	18.552,22
09/11/2024	333	18.536,97
10/11/2024	449	18.750,14
11/11/2024	240	16.600,39
12/11/2024	557	21.400,00
13/11/2024	595	22.562,44
14/11/2024	599	22.575,58
15/11/2024	291	25.386,61
16/11/2024	478	27.838,58
17/11/2024	445	28.330,03
18/11/2024	457	27.617,56
19/11/2024	97	7.350,14
Totale:	7.152	400.799,81

Distribuzione erogazione		
Creatività	Executions	OTS
ATPfinals_Stupinigi	1.842	100.245,92
ATPfinals_Madama	1.793	100.374,50
ATPfinals_Monviso	1.765	100.168,81
ATPfinals_Mole	1.752	100.010,58



Dai report si evince come le OTS (la frequenza media di esposizione - OTS, *Opportunity to see* - indica il numero medio di volte che un individuo è esposto, o potenzialmente esposto, alla campagna) dei due scali

internazionali siano notevolmente alte, per cui sicuramente la potenzialità di visibilità della campagna in questi due hub è molto interessante e da tenere in considerazione per prossime pianificazioni.

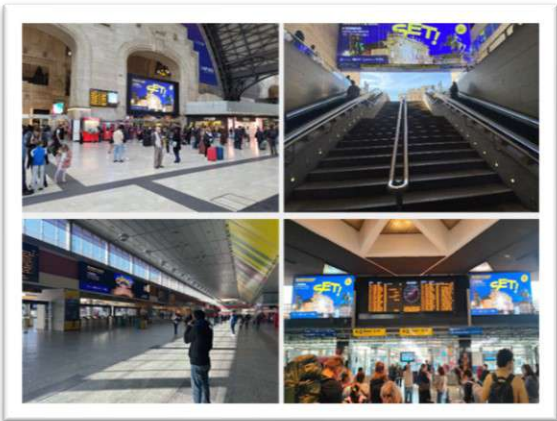
➤ **Circuito Grandi Stazioni**

Visit Piemonte ha gestito tutte le procedure amministrative, attraverso la piattaforma societaria N4M, per l'affidamento alla società “Grandi Stazioni Retail”, concessionaria del circuito stazioni dell’Alta Velocità per la messa in onda di uno spot di campagna da 10 secondi su 30 impianti distribuiti presso le 14 stazioni del circuito Grandi Stazioni del Gruppo FFSS come nella tabella seguente.

Roma Termini	9
Milano Centrale	3
Torino P. Nuova	1
Napoli Centrale	4
Bologna Centrale	1
Venezia S. Lucia	2
Venezia Mestre	1
Roma Tiburtina	1
Firenze SMN	2
Genova Piazza Principe	1
Genova Brignole	1
Verona Porta Nuova	2
Bari Centrale	1
Palermo Centrale	1
Network	30

Visit Piemonte nello specifico ha gestito, oltre alle attività amministrative legate all’incarico e ai contatti con le concessionarie, anche i contatti con la Città di Torino e Turismo Torino e Provincia per le grafiche di campagna e verifica dei materiali da inviare per l’erogazione della pianificazione.

La campagna di comunicazione, che si è svolta dal 28 ottobre al 3 novembre 2024, è avvenuta in un periodo di grande affluenza di passeggeri, dove le 14 grandi stazioni ferroviarie hanno avuto **una media giornaliera di visite pari 2,3 mln**, per un totale complessivo di 16,3 mln in una settimana. Altro elemento interessante che emerge dal report è la crescita dei flussi nelle stazioni che vedono il 2024 in aumento rispetto al 2023. Inoltre, i maggiori flussi di passeggeri sono costituiti da un target di età tra i 20/24 e i 64 anni, con un 18,8% di turisti stranieri. Importante **il dato dei contatti**, rispetto all’investimento, è di particolare rilievo **perché si attesta a 2.417.595**. Questo ultimo dato dinamico potrebbe essere considerato anche più ampio, perché il sistema di misurazione di Grandi Stazioni Retail, certificato dal Politecnico di Milano, rileva le “teste” in *share of time* attraverso una triangolazione di telecamere in un cono di 7 mt, ma visto che la campagna è avvenuta sui Maxiled, che essendo molto grandi, hanno un’ottima visione anche da 30 mt, determinano un cono visivo sicuramente maggiore.



Allestimento delle fontane di piazza Castello a Torino

Su indicazione di Regione Piemonte e in accordo con la Città di Torino, anche per questa edizione, Visit Piemonte si è occupato dell'installazione di due sfere sospese, dal diametro di 1,5 metri, che sembrano poggiare sui getti d'acqua delle fontane in Piazza Castello. I palloni aerostatici gonfiati a elio e rivestiti in PVC decorato, con la grafica delle palline ufficiali delle Nitto ATP Finals, sembravano sospesi, ma il progetto in realtà prevede un ancoraggio a terra tramite un cavo inguainato.

Accanto alle due fontane interessate, nelle immediate vicinanze delle griglie di scolo, sono stati posizionati dei piccoli cartelli segnaletici decorati con la grafica dell'evento, per avvisare del potenziale rischio di scivolamento o inciampo dovuto alla presenza del cavo che sostiene le sfere.

L'illuminazione specifica delle fontane e l'ottima condizione illuminotecnica della piazza rendono l'installazione perfettamente integrata e sicura.

Anche quest'anno l'installazione è stata molto fotografata e "instagrammata", gli articoli della stampa hanno spesso utilizzato l'immagine delle due palline sospese per aprire i propri articoli, divenendo, in parte, uno degli emblemi di questo evento, elemento iconico e riconoscibile.



Visit Piemonte, rispetto a questa attività, ha seguito:

- l'iter amministrativo necessario per incaricare la società ideatrice delle due sfere fluttuanti;
 - le fasi legate alla sicurezza della messa in opera dell'installazione, in stretta sinergia con la Città di Torino e i suoi uffici preposti, attraverso sopralluoghi e call congiunte, nonché verifica della documentazione pervenuta, anche con il supporto dell'RSPP societario di Visit Piemonte.
- Tutta la documentazione inerente alla sicurezza è consultabile negli allegati.

Realizzazione di shooting fotografici a copertura dell'evento nella sua completezza

Per quest'attività sono stati selezionati tre fotografi con profonda conoscenza delle dinamiche dell'evento nella sua complessità:

- Giorgio Perottino, Getty Images; Alessandro De Bellis, freelance e Matteo Montenero, freelance.

Rispetto al lavoro molto intenso previsto, il tavolo di lavoro congiunto tra Regione Piemonte, Città di Torino, Camera di commercio, Visit Piemonte e l'ATL Turismo Torino e Provincia, ha reputato necessario integrare, pochi giorni prima dell'evento, il team dei fotografi con un altro professionista a supporto.

È stato individuato Edoardo Oliva, che aveva già collaborato in passato con Visit Piemonte.

I fotografi incaricati hanno documentato i momenti più importanti del variegato programma di eventi che si è svolto a Torino durante le Nitto ATP Finals, a partire dal palinsesto di evento organizzato dal partenariato e il "colore" cittadino, con le vie e le piazze piene di turisti e appassionati di tennis.



Visit Piemonte ha seguito tutte le attività amministrative atte a incaricare la società Getty Images e i fotografi freelance, il coordinamento dei fotografi e i rapporti con i partner di progetto per definire i temi e le iniziative da documentare.

Attività di promozione e comunicazione

Visit Piemonte ha inoltre coordinato le attività di promozione e comunicazione dell'evento, in stretta collaborazione con la Regione Piemonte, la Città di Torino e turismo Torino e provincia, con l'obiettivo di valorizzare l'immagine del territorio e massimizzare la visibilità della manifestazione.

Le iniziative si sono articolate nelle seguenti azioni strategiche:

- Brandizzazione di **150 taxi** (100 ibridi e 50 a motore termico), dal 23 ottobre al 30 novembre, con 300 adesivi, formato 50x34 cm. La stampa degli adesivi è stata realizzata in quadricromia ad alta risoluzione, su PVC micro canalizzato antibolle e idoneo per l'applicazione su automezzi. Le grafiche adesive sono state applicate in autonomia dai singoli taxisti.

74



- Brandizzazione del retro del bus turistico **Torino City-Sightseeing**, per un mese, con un pannello di campagna con Visual dell'evento Nitto ATP Finals.



- **Play to Tennis**, progetto di video storytelling dove la musica è stata la protagonista. Un video racconto attraverso interviste, immagini e testimonianze di musicisti noti a livello nazionale e internazionale, di cui alcuni piemontesi, hanno contribuito allo sviluppo di una narrazione insolita per mettere in luce i principali punti di forza e d'interesse del territorio piemontese verso diversi pubblici e target (giovani, adulti, italiani e stranieri, appassionati di musica elettronica, classica, pop, underground e mainstream). Tra i protagonisti: il torinese d'adozione Jeremiah Fraites, co-fondatore della band alternative folk statunitense **The Lumineers**, Silvia Massarelli, direttrice d'orchestra e prima donna a vincere il prestigioso "Grand Prix de direction d'orchestre" al Concorso Internazionale di Besançon, **Alex Britti** e **Nikki**, storico speaker di Radio DeeJay, i torinesi Willie Peyote, **Eugenio in Via di Gioia**, **Shade**, **Epoque**, e **Max Casacci**, co-fondatore dei Subsonica e compositore del brano, colonna sonora del progetto. Tutti i contenuti video - 1 cortometraggio e 10 pillole social - sono stati diffusi via social e sui circuiti ufficiali di promozione turistica del territorio raggiungendo oltre 810mila persone e registrando 1.8 mln di impressions, 1.1 mln di visualizzazioni.

75



- Edizione straordinaria Sugonews Network con la stampa di 72.000 "**tovagliette news-paper**" con la promozione dell'evento, attraverso incarico all'agenzia Sugo News, detentrica del format a livello nazionale, distribuita a livello torinese dal 8-20 novembre. 2.000 sono state distribuite presso Casa gusto all'Archivio di stato in occasione delle degustazioni.

Il soggetto della tovaglietta era il medesimo della Charta di Torino. (vedi immagine sotto alla voce Charta).

- Produzione di **materiali promozionali cartacei**:
 - impaginazione ed aggiornamento della cartina "Charta" di un dépliant informativo con visual di campagna:
 - **CHARTA**
Formato chiuso cm 10,5 x 16,25, aperto cm 63 x 43
Stampa a 4 + 4 colori su carta patinata opaca bianca da 90 gr
Confezione: 5 pieghe in verticale e 2 in orizzontale
Tiratura: 30.000 copie



- **DEPLIANT**
formato A5 chiuso - formato aperto A4
Stampa a 4 colori b/v Carta gr 150 patinata opaca + verniciatura opaca
Confezione Piegà

76

Tiratura: 15.000 copie



- stampa e realizzazione di **22.000 bandierine in carta**, cm 20x30, con astina montata con il visual di campagna.

Rispetto a tutte queste attività Visit Piemonte a seguito e realizzato tutte le procedure amministrative atte ad incaricare i diversi fornitori coinvolti, nonché il coordinamento delle diverse fasi realizzative in collaborazione e stretta sinergia con i partner di progetto.



Supporto alla comunicazione

Visit Piemonte, in collaborazione con il social media team della ATP Finals composto da Regione Piemonte, Città di Torino, Camera di Commercio, ATL Turismo Torino e Provincia, ha realizzato un PED ad hoc per la virilizzazione e diffusione online di tutti gli eventi del palinsesto Off che hanno caratterizzato la kermesse tennistica.



Qui di seguito un riassunto di quanto realizzato con il relativo reach.

FB B2C @visitpiemonte			
data	Visualizzazioni	Interazioni	
29/10/2024	703	21	724
06/11/2024	2.127	57	2184
08/11/2024	4.405	224	4629
09/11/2024	2.025	266	2291
15/11/2024	2.273	146	2419
16/11/2024	5.954	542	6496
FB B2b @vistpiemonte DMO			
data	Visualizzazioni	Interazioni	
29/10/2024	505	38	543
08/11/2024	1.208	17	1225

Instagram @visit_piemonte			
data	Visualizzazioni	Interazioni	
29/10/2024 reel lancio Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	80.786	1.220	82.006
31/10/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	20.549	726	21.275
1/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	73.450	436	73.886
2/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	7.757	88	7.845
3/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	17.572	373	17.945
3/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	22.479	651	23.130
5/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	9.420	88	9.508
6/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	14.568	651	15.219
8/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	6.466	78	6.544
9/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	15.264	90	15.354
9/11/2024 reel Play to tennis in collab con Turismo Torino, Città di Torino, Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino	17.661	378	18.039
06/11/2024	5.365	149	5.514
08/11/2024	9.558	394	9.952
08/11/2024 collab. Piemonte_Sport	8.023	166	8.189
10/11/2024 collab. Turismo Torino, Regione Piemonte, Camera di Commercio e Città di Torino	26.789	419	27.208
13/11/2024 collab. Turismo Torino e Regione Piemonte	10.069	271	10.340
17/11/2024	5.200	505	5.705

a7) Azioni di promozione con il Torino Airport e promozione del prodotto montagna invernale

a7.1) Premessa

Il Torino Airport è per la regione, a livello aeroportuale, una delle principali porte di accesso grazie agli arrivi dei voli nazionali ed internazionali, dove con il 2024 sono state aperte nuove rotte come per esempio il collegamento Torino-Parigi Orly con Volotea, i voli con Ryanair che quest'inverno hanno visto il lancio di 3 nuove linee per Crotone, Reggio Calabria e Salerno Costa d'Amalfi e un aumento delle frequenze su oltre 10 rotte esistenti molto popolari come Barcellona, Bruxelles e Londra Stansted, oltre al nuovo volo Torino-Istanbul di Turkish Airlines che apre le porte verso tutto il Medio e l'Estremo Oriente.

In quest'ottica il progetto di promozione regionale è stato attuato, con l'ausilio di Visit Piemonte, in modo da mantenere e consolidare un sistema di benvenuto qualificato rivolto ai visitatori e turisti in arrivo e in partenza, attraverso la Vip Lounge, brandizzata Piemonte, del Torino Airport e il Punto Informativo turistico gestito da Turismo AlpMed, collocato presso l'area arrivi.

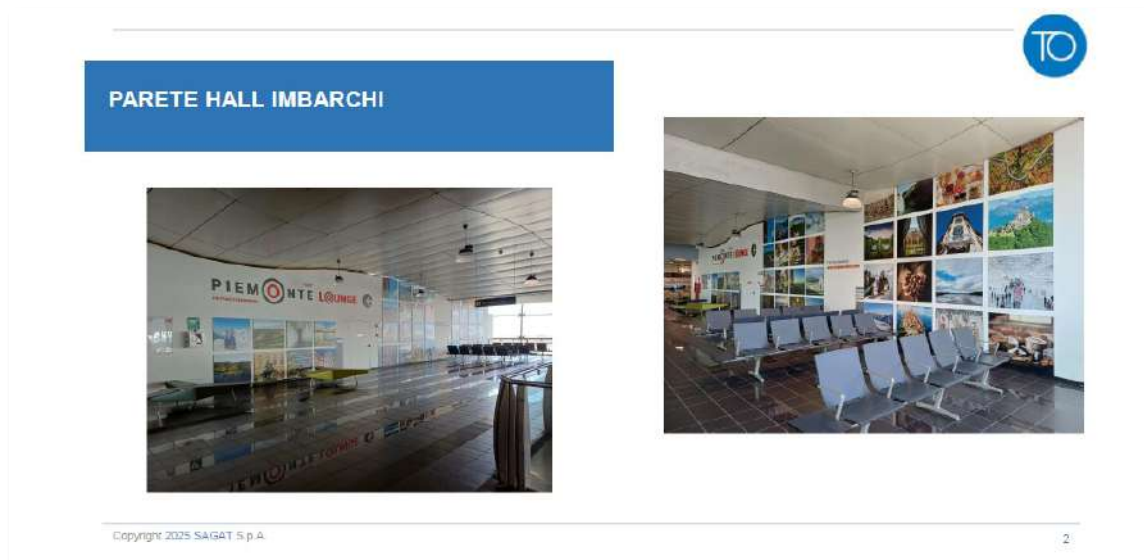
Rispetto alle attività previste nel progetto originale Visit Piemonte ha definito, in accordo con il socio Regione Piemonte, di poter destinare la quota economica destinata alla "Vip Lounge Cuneo Airport" per una nuova attività, non prevista nella precedente proposta progettuale, ma che si è rilevata un'interessante opportunità di promozione turistica per la montagna invernale. Infatti visto il poco innevamento nel periodo natalizio, era utile e strategico prevedere delle nuove azioni di comunicazione per supportare la promozione dei weekend e delle settimane bianche in montagna per i mesi di gennaio/marzo, a partire da dicembre 2024.

a7.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Vip Lounge Torino Airport

Visit Piemonte, come condiviso con Regione Piemonte, ha seguito tutte le interlocuzioni necessarie e l'iter amministrativo utile per definire il rinnovo del contratto di subconcessione degli spazi ad uso pubblicitario e attività promozionali presso l'aeroporto di Torino con SAGAT S.p.A.

In particolare le attività previste da contratto possono essere così riassunte:



1. Prosieguo della brandizzazione esistente, già realizzata nell'anno 2023 da Visit Piemonte come layout grafico e allestita da SAGAT S.p.A., di:
 - Parete esterna Vip Lounge verso hall imbarchi;
 - Parete esterna curva fronte ingresso Vip Lounge;



FRONTE INGRESSO Lounge





Copyright 2025 SAGAT S.p.A.
3

- Desk accoglienza Vip Lounge;
- Parete interno sala vip;
- Porzione di monitor presso la Saletta della Vip Lounge.

80



Interno Lounge – Brochure a disposizione passeggeri









Copyright 2025 SAGAT S.p.A.
5

- N° 100 ingressi in Piemonte Lounge da utilizzarsi durante il periodo di vigenza del presente accordo rivolti ad autorità, ospiti di eventi istituzionali, giornalisti, o altri ospiti che verranno indicati da Regione Piemonte;
 - Utilizzo dei locali, del bar della Vip Lounge e del personale SAGAT operativo, per attività di marketing ed engagement ossia: distribuzione di materiale informativo per gli ospiti che vi transitano. Rispetto a quanto definito Visit Piemonte ha fornito n° 300 brochure formato A5 in italiano/inglese e n° 400 cartine del Piemonte plurilingue, oltre ai nuovi video del Piemonte da far circuitare sui monitor interni alla Lounge.
 - somministrazione **di survey per la profilazione dei turisti**, attività seguita dall'Osservatorio Turistico Regionale del Piemonte che ha realizzato il questionario per conoscere il profilo dei visitatori che accedono alla VIP lounge, circa 18.000 passaggi all'anno, con provenienze interessanti dai principali Paesi europei coerenti con i bacini turistici del Piemonte di lingua germanofona, francofona e spagnola, oltre che italiana. Il fine dell'indagine è valutare la loro esperienza turistica / soddisfazione e proporre una call to action verso il Piemonte come destinazione turistica (visita a visitpiemonte.com, accreditamento della Destinazione Piemonte fra le opzioni di prossimi viaggi del visitatore nella sua mente, etc...).
- L'attività potrà fornire, al termine del contratto in oggetto, dati utili all'Osservatorio Turistico Regionale per profilare il turista/visitatore che viene in Piemonte e fruisce dei collegamenti aerei. L'obiettivo è la profilazione di almeno 1.000 soggetti.
- inserimento di prodotti enogastronomici tipici nel menù della Lounge, come da elenco fornito dal SAGAT S.p.A. e visibile negli allegati.

Il contratto in essere è valido fino al prossimo 31 maggio 2025.

Punto Informativo Torino Airport

Visit Piemonte, a seguito di incontri e interlocuzioni con Regione Piemonte e Turismo AlpMed Srl, ha seguito l'iter amministrativo necessario per proseguire e contrattualizzare a titolo oneroso la presenza e i servizi offerti dal presidio del punto informativo regionale presso il Torino Airport.

Turismo AlpMed Srl è il soggetto che ha siglato un contratto di subconcessione con Sagat S.p.A. per la gestione del Punto Informativo presso l'aeroporto di Torino, nonché operatore già individuato da Regione Piemonte e Camera di commercio di Torino, per gestire il punto informativo del Piemonte. Il punto informativo Piemonte è anche promosso dall'ATL di Turismo Torino e provincia, partner operativo di questa attività.





Dalla relazione emerge che la media giornaliera di visitatori che interagisce con lo spazio è di circa 50 persone che in un anno è pari a oltre 18.000 persone, di cui il 52% sono nazionali, mentre il restante 48% proviene dall'estero. La vendita di titoli viaggio è ancora l'attività primaria ma vi è un incremento delle richieste di materiale turistico, infatti il 70% richiede materiale turistico e promozionale relativo a Torino e alla sua provincia, mentre il restante 30% è orientato al Piemonte nel suo complesso. Questo è indicativo ed evidenzia che i visitatori che arrivano hanno come destinazione principale del soggiorno è Torino. Le domande più comuni sono riferite a tematiche enogastronomiche, consigli su ristoranti, piatti tipici da provare, a cui seguono richieste sulle attrazioni turistiche da visitare. Altro elemento interessante è che l'affluenza maggiore di visitatori si registra in prossimità dei festivi, quindi Torino, in primis, e il Piemonte sono destinazioni per viaggi short break e in occasione di grandi eventi territoriali. Il tema dei grandi eventi rappresenta sempre e comunque un elemento di forte attrazione e le politiche di promozione e finanziamento di grandi manifestazioni sono quindi uno dei canali da continuare a valorizzare.

82

PROMOZIONE DELLA MONTAGNA INVERNALE

Al fine di valorizzare e promuovere la montagna invernale, che anche quest'anno ha riscontrato un basso innevamento nel periodo natalizio, e per dare continuità alla campagna montagna invernale già avviata sul Circuito Grandi Stazioni in novembre e dicembre, a seguito dei buoni risultati ottenuti dalla prima wave di pianificazione già realizzata - trasmessa attraverso gli impianti Maxiled delle 14 grandi stazioni ferroviarie, dal 12.11 al 02.12.2024, dove i flussi hanno registrato un totale di 43,1 Mln, con una media giornaliera di 2,1 mln e un target straniero del 14,1%. I contatti misurati in share of time per la campagna di comunicazione si attestano a 5.087.053 - si è deciso, in condivisione con Regione Piemonte, di incrementare la promozione tra dicembre e gennaio, così da spingere i weekend e le settimane bianche di fine gennaio, febbraio e marzo 2025.

È stata definita una pianificazione con campagna video, a tema montagna invernale piemontese, **presso la Stazione di Milano Centrale e le Stazioni di Roma Termini e Roma Tiburtina, i maggiori hub ferroviari a livello nazionale con importanti passaggi di viaggiatori/turisti internazionali.**

Si è utilizzato il video della campagna invernale nel suo formato da 10 secondi che è stato veicolato su **3 impianti Super Maxiled a Milano Centrale** e su **10 impianti Maxiled presso la Stazione di Roma Tiburtina e Roma Termini**. Per **ogni impianto** sono stati realizzati **621 passaggio giornalieri**.

In particolare per la Stazione di Milano Centrale ha coinvolto:

n. 3 Super Maxi LED di cui: n.1 MAXI LED formato 8x4mt (**fronte binari**) – (621 pp/gg con spot da 10'') + n.1 MAXI LED formato 5x2,5mt **Atrio Monumentale** (310 pp/gg con spot 10'') e n.1 MAXI LED formato 8x4,5mt posto **nella Galleria Mosaici** (621 pp/gg con spot da 10''). Tutti gli spot sono andati in rotazione nelle 19 ore di programmazione.

In particolare per le Stazioni di Roma Termini e Tiburtina ha coinvolto:

n. 10 Maxi LED di cui: n.2 Maxi LED (6x3,5mt) in **Galleria Gommata** Rm T.ni + n.2 Maxi LED (3,5x2mt+3x1,75mt) nell'Area Metro Rm T.Ni + n.1 Maxi LED (3,25x1,75mt) nel **Parking' Station** di Roma Termini + n.2 TLED **lato Giolitti e lato Marsala** (20x8mt cad.) + n.2 Maxi LED **Atrio Biglietteria** (2,15x1,6mt) + n.1 Maxi LED (10x6 mt) sulla piazza Ipogea di Rm Tib. Rotazione su 19 ore di programmazione.



La pianificazione prevista per 7 gg è stata omaggiata di ulteriori 3 gg, **per un totale di 10gg di campagna**, dall'ultima settimana di dicembre con scavalco sulla prima settimana di gennaio, un periodo molto

interessante per la pianificazione perché giornate di massima affluenza di viaggiatori e turisti nelle tre stazioni interessate dalla campagna stessa.

Il report di campagna evidenzia che le visite complessive nelle tre stazioni, durante la wave di campagna, **sono state di 6,9 Mln, pari a n. 689,4K visitatori al giorno**, dati forniti da Wind/Tre, che rileva le sim telefoniche in stazione (affluenza) ogni minuto. Importante è il dato di audience dove il **numero “share of time” delle esposizioni agli impianti è stato di 5.454.159**. Il metodo di rilevazione è, come per le altre campagne già realizzate, “total audience” certificato dal Politecnico di Milano. Utili sono anche le analisi qualitative che indicano una concentrazione dei flussi visitatori con un’età compresa tra i 25-55+, target decisore e spendente, con un incremento dei flussi di turismo straniero (+25,6%), che, una volta giunto in Italia, predilige il treno per spostarsi in altre città italiane, mentre il 76,4% dell’affluenza è costituito da italiani. Dai dati evidenziati, emerge come la campagna abbia raggiunto un ottimo risultato rispetto al flusso di visitatori che ha transitato negli spazi di Grandi Stazioni, nell’arco temporale in cui è stata pianificata, per cui è sicuramente un eccellente canale di comunicazione broadcast da considerare per prossime wave di campagna.

a8) Vendemmia a Torino - Grapes in Town/ FUNT

a8.1) Premessa

L’8° ed. de La Vendemmia a Torino – Grapes in Town, con Portici Divini, è stata realizzata dal 26 ottobre al 16 novembre 2024, promossa da Regione Piemonte, con il patrocinio della Città di Torino e della Città Metropolitana di Torino, il supporto di Camera di commercio di Torino, è stata organizzata da Eventum in collaborazione con Fondazione Contrada Torino onlus.

L’edizione 2024 caratterizzata da un ricco palinsesto di iniziative ed eventi sul territorio aveva come principale obiettivo la valorizzazione e promozione del patrimonio vitivinicolo piemontese, con due focus principali: l’inclusività e la sostenibilità, per promuovere un’agricoltura responsabile, un’industria vinicola che punta a un impatto ambientale ridotto e valorizzi la biodiversità del territorio, l’importanza della viticoltura come presidio territoriale, produttivo e culturale, nonché il suo ruolo nella preservazione delle tradizioni.

a8.2) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

1. IMMAGINE COORDINATA DELL'EVENTO, PIANO DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

In questo contesto Eventum, con il coordinamento e supporto di Visit Piemonte e Regione Piemonte, ha realizzato le seguenti attività:

- studio della declinazione dell’immagine coordinata dell’evento per l’edizione 2024 con la realizzazione dei materiali di promozione: roll up, card, mappe, video, shooting, inviti, gadget, etc.





- attività di comunicazione con azioni PR e di Ufficio Stampa con la realizzazione di una conferenza stampa presso lo Stand della Regione Piemonte a TTG Rimini dedicato alla stampa nazionale, e di un lancio, a Torino, presso la Sala Trasparenza della Regione Piemonte, a cui sono seguiti la predisposizione diffusione di due comunicati stampa, attività realizzate in collaborazione con Visit Piemonte e Regione Piemonte;



- comunicazione sui canali della manifestazione con campagne e post organici;



- presenza e aggiornamento del sito dell'evento e di una sezione ex novo sul sito di visitpiemonte.com;



- Press tour con degustazione di vini piemontesi a bordo del Ristotram a Torino, 15 novembre 2024, per degustare e raccontare i vini piemontesi serviti in abbinamento a piatti piemontesi studiati per il menù "Grapes in Town". I giornalisti e influencer presenti erano in rappresentanza di: RAI 3, Torino Sette, ANSA e Igers Piemonte.



2. PROGRAMMA DEGLI EVENTI PREVISTI IN PALINSESTO

L'attività ha visto la realizzazione di molteplici eventi rivolti al pubblico per scoprire il mondo del vino nelle sue diverse e interessanti declinazioni.

Qui a seguire l'elenco completo degli eventi realizzati:

- **Convegno "In clima veritas"**, in collaborazione con Earth Day Italia, 6 novembre H 16, Sala Feste, Palazzo Madama. Convegno di approfondimento sulla sostenibilità nel settore vitivinicolo, con obiettivo l'aumento della consapevolezza sull'argomento, al fine di contribuire, attraverso la realizzazione di un punto di incontro virtuale, alla valorizzazione dei produttori certificati che operano secondo criteri di sostenibilità, all'importanza di questi elementi anche in un'ottica di valorizzazione e sostenibilità turistica. L'evento, al completo, ha visto la presenza di 110 persone, numero massimo consentito in sala;



87

- **Convegno "Una vite alla volta"**, in collaborazione con Citiculture, Politecnico di Torino e Carlo Ratti associates, 7 novembre H 10:30, Museo Regionale di Scienze Naturali. In collaborazione con Citiculture, la green tech company che trasforma gli spazi urbani in luoghi di grande impatto sociale e ambientale, e con il coinvolgimento del corso di Agritech Engineering del Politecnico di Torino e di DISAFA di UniTo, convegno di approfondimento sulla viticoltura urbana sostenibile e inclusiva come strumento di rigenerazione, biodiversità e valenza turistica, con ospiti di spicco. Nell'ambito dell'evento è stata data in esclusiva la notizia che verrà allestita una vigna urbana al Politecnico di Torino, "Campus Grapes", e il primo a finanziarla è "La Vendemmia a Torino-Grapes in Town". Un forte messaggio di sinergia tra soggetti che collaborano attivamente per la promozione del territorio, con l'obiettivo di riuscire a creare, per eventuali edizioni future di Grapes in Town, un angolo dedicato alla manifestazione proprio nella vigna urbana. L'evento, al completo, ha visto la presenza di 90 persone



- T
C

- **“Degustazione alla cieca”**, domenica 10 novembre, sempre nell’ambito di Fiorile;



- **Visita guidata di Coltivabile**, il 26 e 27 ottobre sono state organizzate delle visite guidate da Coltivabile, la vigna inclusiva coltivata dai ragazzi con disturbo dello spettro autistico, dell’associazione Autismo e società;



- **Vino e arte**, Auditorium Educatorio della Provvidenza a Torino, sono stati organizzati 3 appuntamenti dedicati al vino nell’arte e all’arte del vino, in collaborazione con l’associazione Aregoladarte;
- Nell’ambito della **manifestazione “Calici e Forchette”** a Mondovì, dall’1 al 3 novembre, “La Vendemmia a Torino - Grapes in Town” ha organizzato due appuntamenti: il Convegno nazionale FIVI: “Vignaioli custodi del territorio” e la degustazione di Alta Langa al Museo della Ceramica;
- **Walking Tour enogastronomici** alla scoperta dei sapori autentici del novarese, in collaborazione con l’ATL e il Movimento Turismo Vino del Piemonte, durante Cantine Aperte a San Martino, dal 3 all’11 novembre;
- **Degustazioni e masterclass nell’ambito di “Gioielli del territorio”** di Asti, con focus sui vini biologici. L’evento si è tenuto domenica 17 novembre, in collaborazione con Coldiretti Asti.

a9) Colline del Monferrato Unesco tra Gusto e Tradizione/ FUNT

a9.1) Premessa

Nel 2024 si sono celebrati i dieci anni dal riconoscimento dei Paesaggi Vitivinicoli di Langhe Monferrato Roero come Patrimonio UNESCO, un territorio caratterizzato da una straordinaria biodiversità, dove il legame tra patrimonio enogastronomico e agroalimentare e le testimonianze storiche ha continuato a offrire esperienze

turistiche di autentico fascino, sorpendendo i visitatori. L'attività prevista dal progetto, concordato con la Regione Piemonte, è caratterizzata da una serie azioni di comunicazione volte alla valorizzazione del patrimonio UNESCO collinare, con delle attività di PR e Ufficio Stampa legate al mercato DACH, oltre che promozionali, con un momento di racconto enogastronomico nell'ambito dell'evento internazionale View Conference 2024, che si è tenuto a Torino dal 14 al 19 ottobre 2024.

a9.2) Azioni di promozione e comunicazione

Azioni di PR e di Ufficio Stampa con il mercato DACH

Le attività, previste e in fase di realizzazione, sono volte alla creazione di contenuti redazionali tematici sul prodotto enogastronomico, e a corollario tutte le esperienze legate alla cultura e alla tradizione che lo permea, da promuovere attraverso testate di livello. Visit Piemonte ha individuato, attraverso un'indagine di mercato, con tre agenzie estere operanti sui mercati obiettivo, già note nel mondo turistico internazionale, la società Maggioni - Gretz, che con il coordinamento di Visit Piemonte deve:

realizzare due Comunicati stampa in lingua francese e tedesca, con la creazione di contenuti in accordo con Visit Piemonte, definire un calendario editoriale per il flusso dei comunicati, creare il layout di ciascun comunicato, effettuare l'invio dei comunicati stampa al DB giornalisti, monitorare gli articoli pubblicati, offrire supporto per richieste di approfondimento da parte dei giornalisti;

creare sette contenuti editoriali, condivisi con Visit Piemonte, un calendario editoriale per una pubblicazione strategica dei contenuti, definire il layout di stampa, tradurre i testi realizzati.

I contenuti editoriali verranno pubblicati su media selezionati quali:

- Reisetrendsprint: 1 pagina articolo publiredazionale + PLUS online;
- Belvedere print: 1/2 pagina articolo publiredazionale + PLUS contenuto nella newsletter;
- Coop Newsletter: n. 1 contenuto testo + immagine;
- ReisenEclusivNewsletter: n. 2 contenuti in n. 2 newsletter;
- Kulinarikeronline: n. 1 articolo online;
- Front Rowonline: n. 1 articolo online;
- MerianNewsletter: n. 1 contenuto testo + immagine.

Definizione di un viaggio stampa con selezione dei partecipanti, tre giornalisti di lingua tedesca provenienti dal mercato DACH, il coordinamento per raggiungere la destinazione, la predisposizione del layout di programma, la presenza di un accompagnatore, la copertura delle spese di viaggio e permanenza durante il tour. Il press tour previsto è di due notti e tre giorni da realizzarsi nel mese di febbraio.

predisporre il report di fine progetto che include: report attività, media clippings degli articoli pubblicati (con dati e AVE) come risultato delle singole azioni.

A cura di Visit Piemonte sono la definizione dei contenuti e di testi guida a supporto dell'agenzia, la predisposizione di un set di immagini per raccontare i territori, le esperienze e i prodotti di eccellenza, la verifica dei contenuti rielaborati, la studio e organizzazione del programma dedicato al press tour, nonché la presenza di un referente, dell'ufficio stampa di Visit Piemonte, per conoscere e fidelizzare i contatti con la press invitata, il coordinamento e la supervisione di tutte le diverse fasi di attività.

Momento enogastronomico con view conference

La Regione Piemonte ha identificato un'opportunità significativa per promuovere i territori UNESCO in un contesto di rilevanza internazionale come la manifestazione VIEW Conference 2024.

La VIEW Conference è uno dei più importanti eventi in Italia dedicati all'animazione digitale, agli effetti speciali e alla computer grafica, che ospita conferenze, mostre, proiezioni e presentazioni coinvolgendo i maggiori esperti del settore. L'evento non si limita agli effetti visivi, ma esplora anche le frontiere della narrazione, della produzione virtuale, dei media interattivi e immersivi, della realtà virtuale, del metaverso, dell'intelligenza artificiale, del rendering e molto altro.

Il tema dell'Edizione 2024 è stato "Il futuro che vogliamo". Gli ospiti, presenti a Torino, dal 14 al 19 ottobre 2024, sono stati professionisti legati ai settori degli sviluppi tecnologici e artistici applicati all'industria creativa, che collaboravano con i migliori film cinematografici, il circuito blockbuster, il mondo dell'arte e le nuove frontiere dell'AI. Tra loro spiccavano il pluripremiato regista, scrittore e produttore Jonathan Nolan di "Fallout"; Fede Alvarez, lo sceneggiatore/regista pluripremiato di "Alien: Romulus"; il regista di "Inside Out 2", Kelsey Mann; Simon Otto, il regista di "That Christmas", una delle anteprime più attese nei cinema italiani; e Will Becher, Supervising Animator and Stop-Motion Lead del film d'animazione "Wallace and Gromit".

Per questa manifestazione, è stata programmata una cena di gala conclusiva il 19 ottobre presso le Gallerie d'Italia, una location di grande prestigio progettata dall'architetto Michele De Lucchi e inaugurata nel 2022.

La cena, prevista per 80 invitati, è stata ideata e curata dagli chef Christian e Manuel Costardi, responsabili del servizio ristorativo esclusivo delle prestigiose Gallerie d'Italia e della caffetteria e bistro Caffè San Carlo e del ristorante Scatto. I piatti sono stati serviti negli spazi espositivi, concessi gratuitamente alla Regione Piemonte, aggiungendo un elemento di esclusività all'evento.

Qui a seguire il menù realizzato, a tema colline UNESCO:

- Insalata Piemontese
- Carne cruda e Bagna Cauda leggera
- Risotto ai formaggi piemontesi e nocciole
- Guancia alla Rossini con Tartufo bianco
- La Langerola, dessert tradizionale delle Langhe
- Vini selezionati: Alta Langa Brandini, Arneis Tibaldi 2023, Ceretto Nebbiolo 2023
- Acqua e caffè.

Per completare l'accoglienza, sono state preparate delle shopper omaggio, confezionate con due brochure promozionali del Piemonte, in lingua inglese, la mappa turistica della regione e un regalo goloso, con un prodotto tipico di questi territori: la nocciole del Piemonte IGP pralinata.



L'evento ha permesso di offrire una vetrina ai territori vitivinicoli delle Colline UNESCO e non solo, presentando materiali promozionali e permettendo di assaporare l'enogastronomia e i vini di queste zone a un pubblico d'eccezione, composto da ospiti internazionali di grande caratura.

Elemento innovativo della serata, la proiezione immersiva con le splendide immagini dei territori vitivinicoli UNESCO, che hanno trasportato gli ospiti in una dimensione paesaggistica ed enogastronomica meravigliosa, infatti molti sono stati gli apprezzamenti emersi anche dai social alla conclusione della cena.



La cena di gala ha rappresentato un'azione di PR di alto profilo, rivolta a un pubblico di calibro internazionale formato da professionisti del settore cinematografico e dell'animazione digitale provenienti dagli Stati Uniti e dal Regno Unito, oltre a firme del giornalismo internazionale partecipanti alla View Conference 2024. In questo contesto, gli invitati sono diventati ambasciatori autorevoli dell'esperienza vissuta a Torino, capitale del Cinema, e nel Piemonte con le sue colline patrimonio dell'UNESCO, promuovendo la regione come destinazione turistica e culturale d'eccellenza, nonché come hub di innovazione e creatività nelle nuove sfide del digitale.

a10) Promozione prodotto Outdoor per una fruizione sostenibile del territorio 2024 /FUNT 2024

Premessa

Il progetto di Promozione del prodotto Outdoor piemontese, su indicazione della Regione Piemonte, ha ricompreso 4 progetti legati alla valorizzazione del turismo lento e ad impatto ambientale contenuto, e che consentono di esplorare il territorio godendo appieno della cultura, dei prodotti locali e delle forme di accoglienza “slow” e che rientrano nei principi e negli obiettivi della strategia europea, nazionale e regionale per

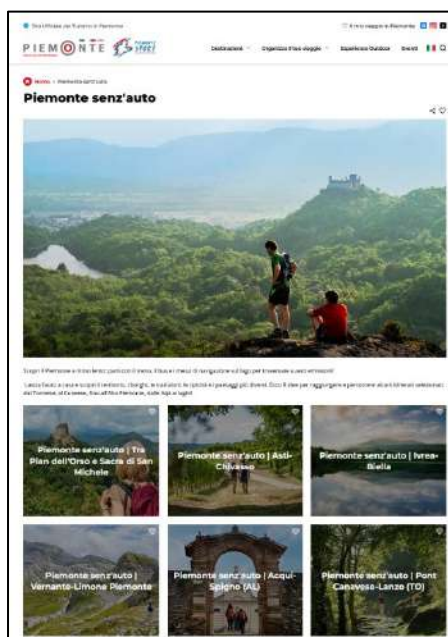
lo sviluppo sostenibile. Visit Piemonte in stretta sinergia con la Regione Piemonte e gli stakeholder territoriali ha definito una serie di itinerari, i Cammini e le ciclovie di interesse turistico su cui operare, anche attraverso una verifica e razionalizzazione delle informazioni e dei contenuti da promuovere, per la realizzazione di una serie di azioni di pianificazione e di promozione sui mercati turistici obiettivo nazionali ed internazionali. Il quarto asset strategico è stato individuato destagionalizzazione della montagna invernale operando sulla valorizzazione dei suoi asset naturalistici, sportivi (oltre lo sci da discesa) culturali e gastronomici.

a10. 1) SCOPRI IL PIEMONTE SENZA AUTO

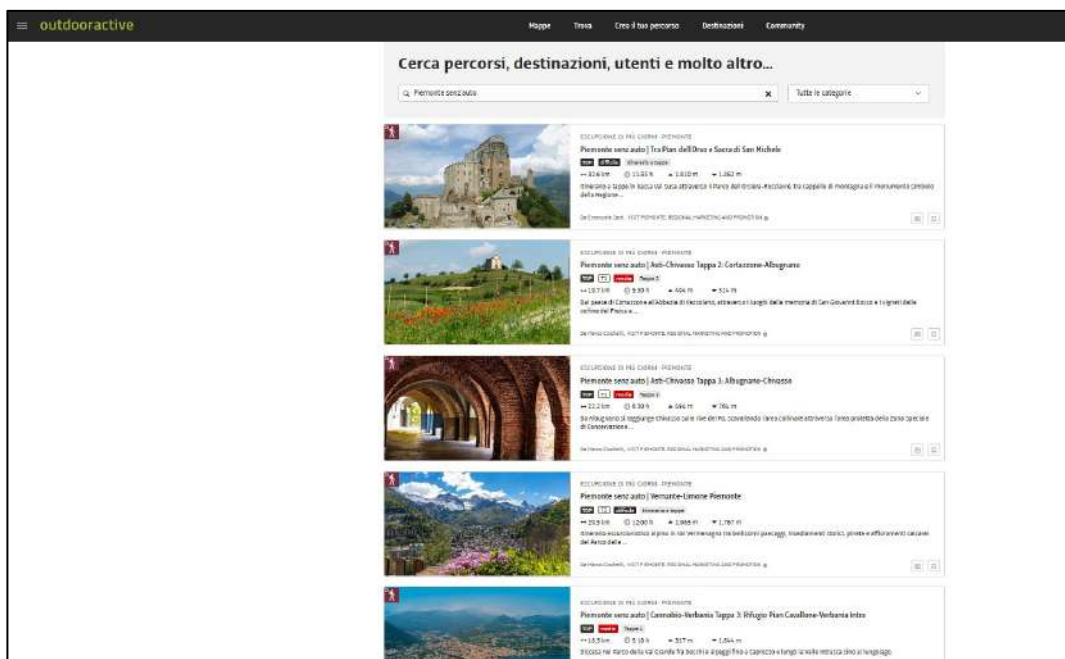
Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte, ha individuato di esperienze turistiche da fruire esclusivamente con i mezzi pubblici e a piedi, nel rispetto delle tematiche green e di particolare interesse rispetto ad un target attento alle scelte legate alla sostenibilità ambientale. Sono otto gli itinerari individuati oggetto delle azioni di promo-comunicazione per una valorizzazione turistica in chiave slow.

a.10.1.1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

- Realizzazione di momenti di incontro e confronto congiunti, con Regione Piemonte, le ATL e il CAI, per la selezione e la definizione degli itinerari eleggibili al progetto;
- incarico al CAI per verificare “on field” rispetto agli itinerari individuati, la fruibilità intermodale in chiave turistica;
- stesura delle schede descrittive a cura di Visit Piemonte in collaborazione con un esperto di trekking ed escursionismo;
- incarico 2 fotografi per la realizzazione di shooting a copertura dei punti di interesse e degli itinerari non censiti;
- realizzazione di una nuova sezione web su [visitpiemonte.com](https://www.visitpiemonte.com) degli itinerari “Il Piemonte senza auto”
<https://www.visitpiemonte.com/piemonte-senzaauto> .



- inserimento di una nuova sezione sul portale Outdooractive.com, piattaforma storica per l'erogazione di servizi di promozione legati all'outdoor a tutto campo, con 15.000.000 di utenti attivi in tutto il mondo con la realizzazione (editing, imputazione e traduzione in inglese, francese e tedesco) degli otto itinerari e delle relative tappe;



- E' in corso di realizzazione una campagna in digital programmatic con Sport Net, attraverso Native ADV erogata sulle principali testate del mercato DACH e Francia di prossimità (Region PACA, Parigi e la sua regione) per complessivi 25mila click con l'obiettivo di generare un traffico alla pagina di progetto;

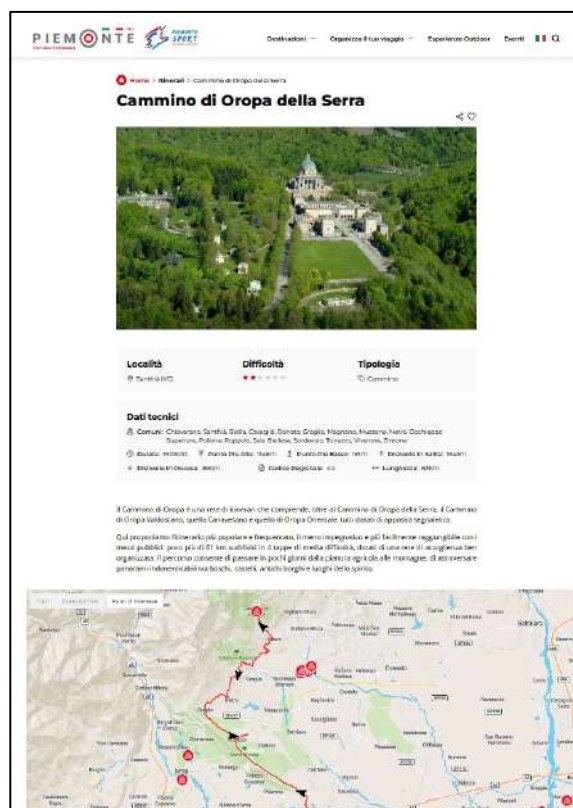


- E' in fase di realizzazione la raccolta di alcuni itinerari, individuati con Regione Piemonte, sulla piattaforma Komoot, piattaforma digitale rivolta agli appassionati di outdoor autentico, con una community di 40 milioni di utenti da tutto il mondo- per la promozione sul mercato DACH;
- Sono in fase di realizzazione di 3 cartine turistiche legate ai "Cammini senz'auto" individuati dal progetto con una tiratura complessiva di 75.000 copie da distribuire durante eventi fieristici e trade di settore.

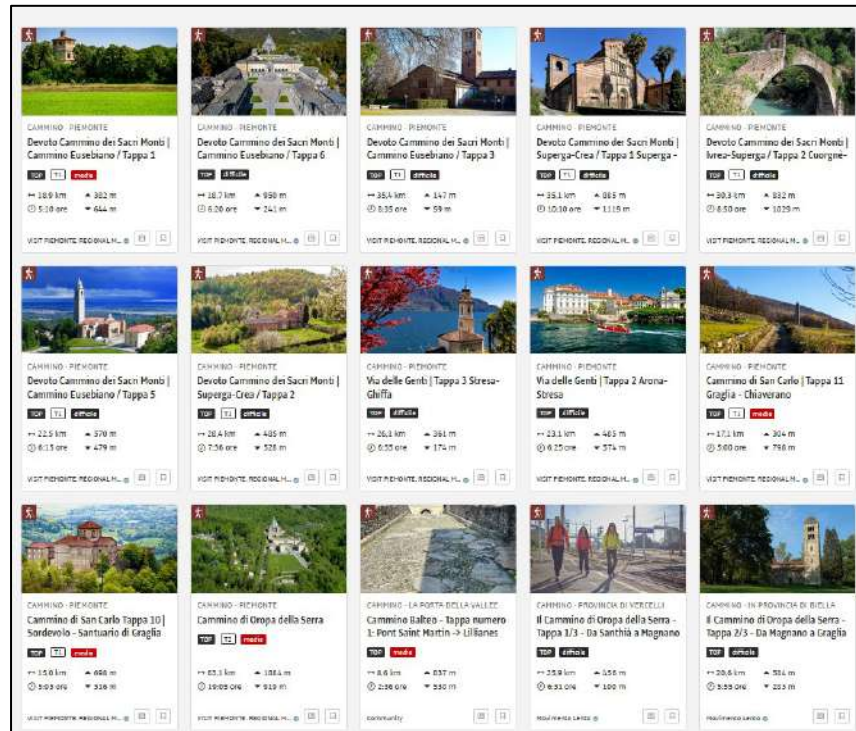
La Regione Piemonte ha operato, attraverso Visit Piemonte e le ATL del territorio, e gli enti di gestione e associazioni deputati, per la realizzazione di un prodotto turistico legato ai Cammini Spirituali, individuando 12 itinerari significativi da promuovere sul mercato dell'outdoor nazionale ed internazionale.

Il progetto di promozione e valorizzazione dei dodici Cammini Spirituali individuati ha ricompreso le seguenti azioni di sviluppo prodotto e promo comunicazione in chiave turistica:

- La promozione online del progetto <https://www.visitpiemonte.com/cammini-spirituali-in-piemonte-un-segno-sul-territorio> . Seguono screenshot esemplificativi

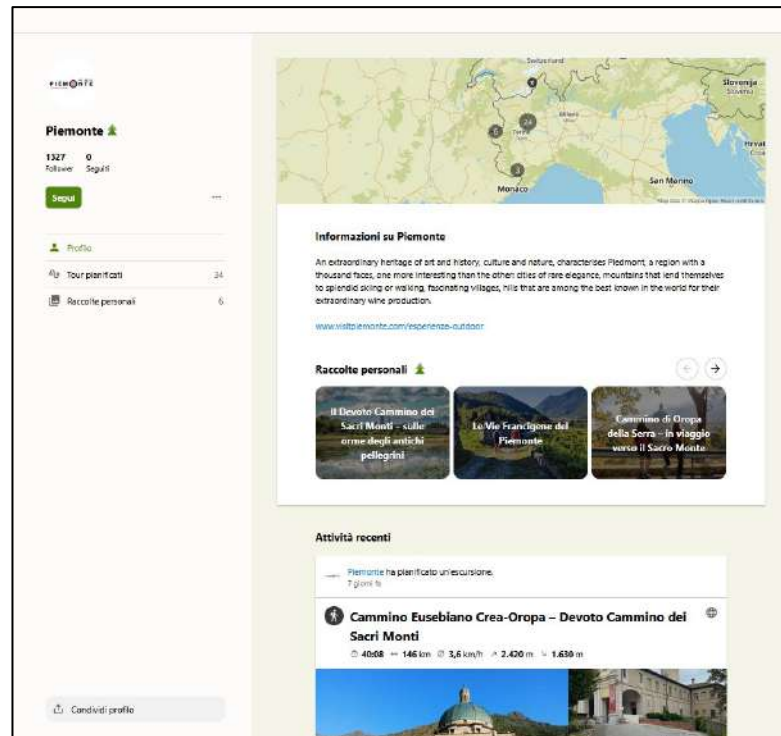


- caricamento e valorizzazione di ciascun itinerario sulla piattaforma Outdooractive.com con la traduzione in lingua inglese, francese e tedesca per raggiungere i principali mercati internazionali



- creazione e promozione di 3 raccolte dedicata sul canale Komoot, dove gli itinerari saranno definiti con Regione Piemonte.

95



- realizzazione di un contenuto editoriale su [gazzetta.it](https://www.gazzetta.it/turismo-sportivo/), residente nella sezione <https://www.gazzetta.it/turismo-sportivo/storie/18-12-2024/cammini-spirituali-in-piemonte-percorsi-tra-storia-e-natura/un-pezzo-di-storia.shtml>



96



- È stato programmato l'evento di presentazione del prodotto cammini spirituali del Piemonte alla stampa e agli stakeholder presso la BIT dei primi risultati del lavoro realizzato.

a10. 3) PEDALA IN PIEMONTE

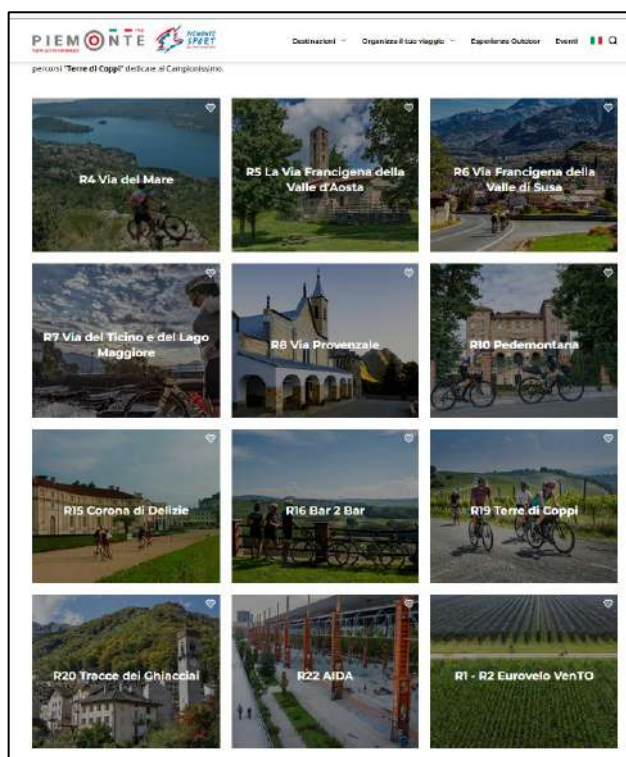
Il progetto si ricollega al Piano Regionale della Mobilità e dei Trasporti, e ha la finalità di valorizzarne alcuni itinerari di valenza turistica a livello nazionale e internazionale, attuando una sistematizzazione e una restituzione digitale di facile consultazione fruibile da desk e mobile per promuovere questo segmento ad un pubblico di appassionati attento a vivere esperienze sostenibili e in sicurezza. Le ciclovie individuate sono le seguenti:

- Eurovelo/VentTO (TO-CN-VC-AL) Interesse nazionale e internazionale
- Via del Mare (VB-NO-VC-AT-CN) Interesse nazionale
- Via Francigena Canavese (TO-VC) Interesse nazionale
- Via Francigena Valle di Susa (TO-AT-AL) Interesse nazionale
- Via del Ticino e del Lago Maggiore (VB) Interesse regionale
- Via Provenzale (CN) Interesse regionale
- Via Pedemontana (VC-BI-TO-CN) Interesse nazionale
- Corona di Delizie (TO) Interesse regionale
- Bar to Bar (CN) Interesse regionale
- Terre di Coppi (AL) Interesse regionale
- Tracce dei ghiacciai (BI) Interesse regionale
- Aida (TO-VC-NO) Interesse nazionale

a10.3.1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Nell'ambito del progetto Pedala in Piemonte, sono state avviate una serie di attività di promo-comunicazione declinate sulle Ciclovie individuate della Regione Piemonte e qui di seguito dettagliate:

- sono stati realizzati una serie di incontri propedeutici con i il Settore Turismo e il Settore Trasporti per la definizione dei materiali utili alla realizzazione del progetto e del suo sviluppo;



- sono state acquisite le tracce geo riferite delle ciclovie, descrizioni e punti di interesse già presenti sul documento allegato B del Piano Regionale della Mobilità Ciclistica, di immagini e clip video realizzate dal Settore Trasporti;
- stata realizzata da Visit Piemonte un'attività di editing dei contenuti recepiti e stesura della descrizione e/o revisione in taglio turistico;
- è stata creata creazione nuova sezione dedicata alle ciclovie del Piemonte sul sito visitpiemonte.com e sulla piattaforma OutdoorActive;
- è stato individuato il partner tecnologico specializzato ITHACA - PMI innovativa della Fondazione LINKS, ente strumentale del Politecnico di Torino e della Fondazione Compagnia di San Paolo - con importanti competenze nell'ambito dell'acquisizione, della gestione e dell'elaborazione di dati geografici e cartografici per applicazioni basate sull'Earth Observation (EO) - per la realizzazione di una mappa interattiva digitale da promuovere sul sito visitpiemonte.com e consultabile sotto forma di web app;
- è in fase di realizzazione, a cura di ITHACA, la stampa di una mappa cartacea turistica del quadro d'insieme delle ciclovie regionali del Piemonte con QR code che riporti alla sezione su visitpiemonte.com (studio grafico e la predisposizione degli esecutivi a cura di Visit Piemonte);
- è in fase di realizzazione un nuovo materiale iconografico e video su alcune tratte;
- sono state pianificate media su piattaforme digitali con spazi di verticalità sul tema del mondo bike in particolare con le piattaforme:
 - 4ActionSport con la pubblicazione di due contenuti web per la promozione del prodotto Bike dedicato alle ciclovie;
 - Tutto Sport, quotidiano online dedicato alla cronaca e alle attività sportive, con uno branded content dedicato alle ciclovie piemontesi raccontate in chiave turistico/sportiva;
 - Montagna TV con la realizzazione di un native dedicato al patrimonio delle ciclovie piemontesi
 - corredato da un'animazione social dedicata;
 - EnduChannel.com con la realizzazione di due web article dedicati alle ciclovie piemontesi e alla praticabilità sportiva in chiave turistica in fase di realizzazione.

a10. 4) Montagna destagionalizzata

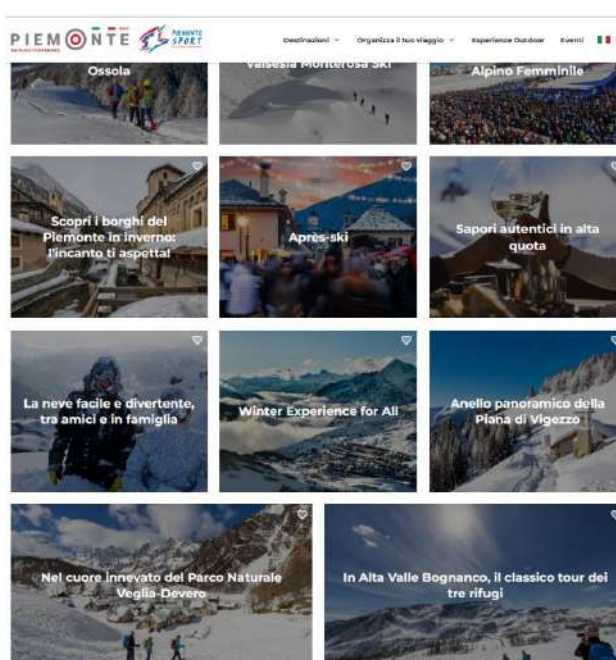
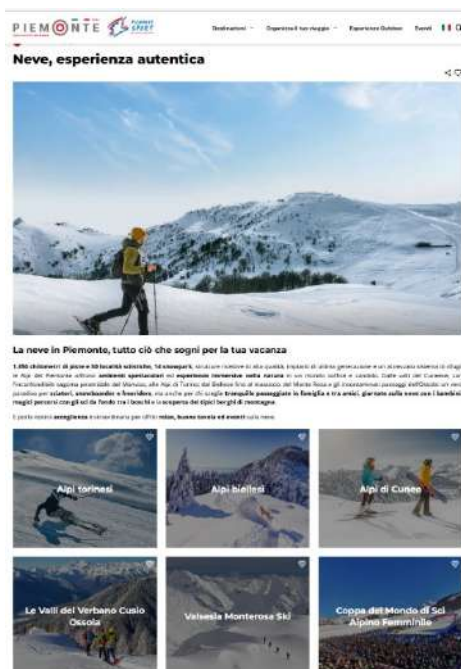
Le montagne del Piemonte hanno sofferto in questi ultimi inverni, a causa del climate change, di uno scarso innevamento nei momenti di alta stagione turistica, con conseguente necessità di un innevamento artificiale impattante sull'ambiente. La Regione Piemonte ha definito prioritario individuare nuove modalità di destagionalizzazione promuovendo i territori montani con un'offerta turistica diversificata che valorizzi il patrimonio naturalistico, storico, le tradizioni e l'enogastronomia per una riscoperta delle accezioni storiche legate ai borghi di montagna e agli eventi culturali, alle tradizioni e ai prodotti agroalimentari tipici.

a.10.4.1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Visit Piemonte, su incarico della Regione Piemonte, ha realizzato una serie di azioni di promo comunicazione dedicate alla promozione della montagna declinata sui temi del turismo slow tra natura, escursionismo, sport sulla neve, avvalendosi dei Media tradizionali e digitali che permettono di accedere a nuovi linguaggi più dinamici e vicini alla fruizione di un target giovane ed attento ai valori della sostenibilità attenzione all'ambiente. Qui di seguito le azioni dettagliate:

- realizzazione di 2 shooting fotografici, che raccontino e mettano in luce gli aspetti più legati ad una fruizione slow della montagna
- raccolta di contenuti dalle diverse ATL territoriali delle novità previste sulle nostre montagne per la stagione invernale

- implementazione dei nuovi contenuti editati dalla redazione interna di Visit Piemonte per il racconto della nuova stagione invernale sul sito visitpiemonte.com



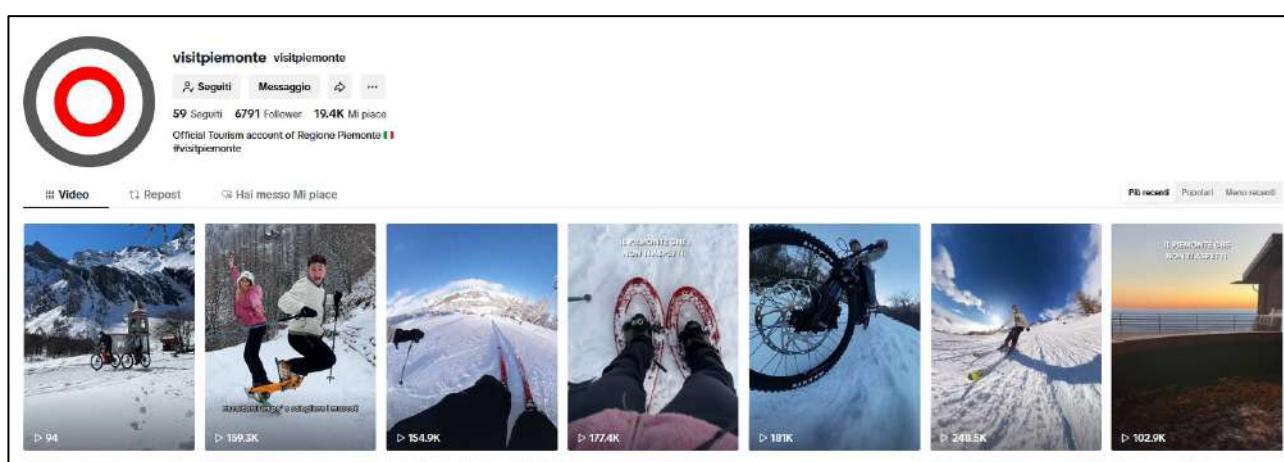
- ricerca delle immagini, con il supporto dell'ATL, per la campagna istituzionale invernale con studio e declinazione dei n°5 visual, uno per ciascun comprensorio montano e successiva approvazione della Presidenza;
- pianificazione con campagne video all'interno del Network Grandi Stazioni, che conta 14 stazioni in tutta Italia, attraverso una campagna video sul circuito maxiled, conta 30 impianti, per promuovere e comunicare questo particolare prodotto ad un pubblico che viaggia in treno, mezzo di trasporto green e sostenibile; i video di campagna sono stati realizzati da Visit Piemonte; la durata della campagna è stata di 3 settimane dal XX dicembre al YY gennaio;

99



- pianificazione radio, a livello nazionale, con atterraggio sul sito visitpiemonte.com, attraverso la selezione di circuiti nazionali in particolare:
 - Circuito Digitalia: campagna di 3 settimane con Radio Monte Carlo e 105, con due flight rispettivamente a fine novembre e inizio dicembre, per proseguire con una seconda uscita con dal 15 al 22 gennaio;

- Circuito Manzoni: campagna di 4 settimane su Radio DJ e Radio Capital con un flight a cavallo del mese di novembre e dicembre per intercettare il ponte dell'Immacolata, seguito da un flight a gennaio dopo le vacanze natalizie;
- Pianificazione editoriale con contenuti native e redazionali per promuovere esperienze turistiche e culturali "oltre la neve" in collaborazione con il Sistema Viaggi di Cairo RCS consultabile al link https://viaggi.corriere.it/itinerari-e-luoghi/inverno-in-piemonte-mille-modi-di-vivere-la-montagna-visit-piemonte-webdoc-adv/?fbclid=IwY2xjawliuFNleHRuA2FlbQlxMAABHYdN7kOnO5_R_XeYlnMKg_S1akah0GwnHA70h9tkBoYDeZcZ6QWk9KD9gA_aem_P48krmq_DEg65YICzwJm4Q con gli approfondimenti su ciascun comprensorio, aspetti gastronomici e tradizionali
 - Inverno Active <https://viaggi.corriere.it/tag/piemonte-inverno-active/> con comprensori del Cuneese, Neve Azzurra, Alta Valsesia e Alpi torinesi;
 - Inverno e Natura con un approfondimento sull'Oasi Zegna;
 - Enogastronomia delle Montagne <https://viaggi.corriere.it/tag/piemonte-inverno-food/> con approfondimenti sui prodotti del Piemonte e sui vini eroici e sapori autentici dell'inverno;
 - Le tradizioni, gli eventi e i mercatini dedicati al periodo natalizio <https://viaggi.corriere.it/itinerari-e-luoghi/le-festivita-in-piemonte-dove-ritrovare-tutto-il-senso-del-divertimento/>.
- Pianificazione di una campagna social media focus Instagram e TikTok, rivolta ad un pubblico giovane e più sensibile alle tematiche green, attraverso l'agenzia BTrees che ha coinvolto due content creator Gabriele Garofletti @garoflex e Noemi Nieddu @noe.theexplorer, per un video racconto di esperienze sportive, green, enogastronomiche e autentiche delle località montane del Piemonte individuate in collaborazione con le rispettive ATL. La campagna ha portato traffico e un incremento del 7,1% dei follower su IG e oltre a due milioni di visualizzazioni tra i mesi di dicembre e febbraio. TikTok invece ha ottenuto un incremento di reputazione e seguito quadruplicando la fan base grazie all'engagement dei video postati e promossi. Da 1753 follower e 6768 like dal 22 di dicembre, si è arrivati a circa 7.500 follower e oltre 20.400 like all'account alla metà di febbraio, grazie alla piacevolezza dei contenuti e alla strategia di comunicazione che ha intercettato una community appassionata e attiva, grazie ai format utilizzati.



a11) Iniziative di valorizzazione dei prodotti d'eccellenza, delle tradizioni locali e della cultura immateriale / FUNT

Premessa

Ad oggi il turismo enogastronomico rappresenta ancora e sempre una delle principali motivazioni di viaggio in Italia, in questo contesto il Piemonte offre molteplici spunti per scoprire le tradizioni, la cultura immateriale e il patrimonio che lo caratterizza, per raccontare la memoria di pratiche artigianali, produttive e artistiche riconosciute a livello internazionale, immerse nel paesaggio e godibili grazie ad una fruizione sostenibile. Il prodotto agroalimentare e le sue tradizioni, nonché tutta la filiera produttiva, sino alla ristorazione rivestono un ruolo centrale utile alla promozione di una destinazione come il Piemonte favorendone la conoscenza non solo del territorio e della comunità locale ma anche e delle radici e dalla cultura che lo connotano. I turisti possono vivere esperienze e scoprire i luoghi in cui nascono i diversi prodotti agroalimentari, o si coltivano e ricercano (vedi la cerca del Tartufo Bianco e Nero), assistere alla loro preparazione e lavorazione, apprezzare la creazione del piatto come pure la degustazione. Diviene fondamentale promuovere questo patrimonio attraverso azioni di pianificazione e PR, offrendo anche una vetrina up date attraverso il web e i social media, con immagini di impatto e una comunicazione personalizzata e costante utili a creare un brand riconoscibile in Italia e all'estero.

a11.1) Le pratiche artigianali, produttive ed artistiche piemontesi riconosciute a livello internazionale: "Saper Fare", "Conservare" e "Divulgare" in Piemonte

a.11.1.1 Press Tour Artissima

Il Press Tour di Artissima 2024, che si è svolto dal 31 ottobre al 2 novembre, ha rappresentato una perfetta occasione per mettere in luce il patrimonio culturale di Torino, grazie alla selezione di un itinerario esclusivo per il gruppo di 20 giornalisti tra italiani ed esteri, che ha coinvolto le principali istituzioni artistiche della città: Castello di Rivoli Museo d'Arte Contemporanea, Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, Fondazione Merz, GAM – Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea, Pinacoteca Agnelli, Gallerie d'Italia, con la mostra *The Underground Cinema*, Museo Regionale di Scienze Naturali – Installazione *Objects in Mirror Might Be Closer Than They Appear* di Julian Charrière e Julius Von Bismark - Hotel Principi di Piemonte – Installazione *Afasia1* di Arcangelo Sassolino. Il programma del Press Tour è stato definito di concerto con l'ufficio stampa di Artissima e le Direzioni delle istituzioni del territorio. L'itinerario è stato arricchito da un focus sulla sostenibilità e sull'ecologia, temi che sono stati approfonditi attraverso la fruizione di progetti d'arte che hanno suscitato grande interesse. Le visite sono state accompagnate da un rappresentante dell'ufficio stampa di Artissima (Sutton per la stampa estera e PCM Studio per la stampa italiana) e da un rappresentante dell'ufficio stampa di Visit Piemonte.

a.11.1.2 Press Tour Archivissima

In coordinamento con il tema di Archivissima, "Archivissima Discovery - Artcraft", Visitpiemonte ha supportato il team di Archivissima segnalando nominative di giornalisti sensibili alle tematiche e fornendo spunti per la definizione del programma, che – nei giorni 12 e 13 novembre – ha visto 3 giornalisti italiani (Dario Bragaglia / Artribune, Matteo Sacchi (il Giornale) ed Emma Bessenghini (Linkiesta)) alla scoperta di alcuni archivi pubblici e privati di alto rilievo: dalla sartoria del Teatro Regio di Torino alle Gallerie d'Italia a Torino alla Fabbrica della Ruota e all'Archivio Barberis nel Biellese. Il viaggio stampa ha inaugurato la collaborazione tra Visit Piemonte e Archivissima (programma e foto in allegato). Qui di seguito una prima rassegna stampa:

- **Il Giornale:** articolo "Archivissima rende gli archivi una porta verso il futuro", online il 13.11.2024 (pdf in allegato) e "Il Piemonte ha la stoffa della cultura", online l'11 dicembre 2024.

- E' previsto anche un approfondimento sull'Archivio Barberis Canonico nella puntata "Che magnifica impresa" su Rai Storia (tbc).
- **ETC Linkiesta:** Primo articolo, "Tragitti di Memoria, Una mappa per un turismo diverso, tra le pagine degli archivi e la scoperta del territorio", online a dicembre 2024 (pdf in allegato)
- Il secondo sarà in uscita online a ridosso di Archivissima 2025
- **Artribune:** articolo in uscita nella primavera 2025

a.11.1.3 Press Tour Piemonte per Tutti

Negli ultimi mesi del 2024 si è avviata l'organizzazione di due esperienze individuate nel catalogo "Piemonte for all" per scoprire l'inclusività, declinate su tematiche culturali ed enogastronomiche, da svolgersi nel periodo invernale.

Visit Piemonte ha pianificato e concordato con i consorzi Rialto Viaggi di Gattinara (VC) e CuneoAlps il programma di due brevi tour comprensivi di viaggio, vitto e alloggio e relative visite sul territorio, da svolgersi in data concomitante in un fine settimana entro fine febbraio sui territori del Biellese e del Cuneese. Contestualmente, in un elenco condiviso anche con CPD sono stati individuati i partecipanti e predisposto per loro un press kit con alcuni gadget e materiali promozionali e di comunicazione.

a11).2 Comunicazione e pianificazione media del prodotto enogastronomico

Premessa

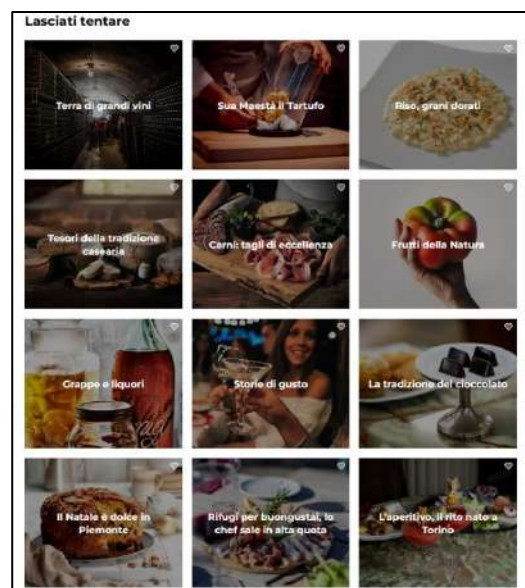
Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte, ha realizzato una serie di azioni di promo-comunicazione declinate sul patrimonio enogastronomico del territorio rivolte al mercato nazionale e a quelli estero obiettivo, puntando sull'enogastronomia in chiave sostenibile.

L'obiettivo è quello di valorizzare i prodotti enogastronomici del Piemonte verso, anche in questo caso, un pubblico interessato a vivere esperienze green e sostenibili, come pure di rivolgersi ad un pubblico fidelizzato per moltiplicare le occasioni di visita e soggiorno in linea con i nuovi trend del mondo del Travel.

A11. 2.1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte, ha individuato e realizzato una serie di azioni di pianificazione per la scoperta di produzioni di nicchia e insolite per un nuovo storytelling legato alle tecniche gastronomiche, alla cultura e alle tradizioni popolari in Piemonte a 360 gradi, qui di seguito dettagliate:

- Refresh della sezione dedicata all'enogastronomia su visitpiemonte.com con un rinnovato racconto del foodscape piemontese, in linea con i temi e gli obiettivi di progetto, concentrati sul tema del gusto slow in tutte le sue declinazioni, finalizzata alla ricaduta della campagna tradotta in inglese, francese e tedesco;



- rinnovo dell'iconografia dedicata al prodotto agro alimentare e delle esperienze collegate con la selezione e l'acquisizione di immagini legate al tema food&wine piemontese, attraverso l'abbonamento alla banca immagini Getty Images, che oggi si arricchisce anche di Shutterstock (acquisizione del 2024 da parte di Getty);
- realizzazione di una campagna native e video ADV in programmatic rivolta ai mercati DACH e Francia di prossimità declinata sul prodotto enogastronomico i cui testi e immagini sono stati rispettivamente editati e selezionati da Visit Piemonte. La campagna, online dal 15 dicembre (in chiusura al 31 gennaio) ha performato molto bene con i seguenti risultati:
 - Native sopra le aspettative e oltre l'obiettivo di CTR 0,12 con un tasso di click medio di 0,24%
 - video con un tasso di completion rate di 72% con un tasso di click a 0.09%;
 - erogazione di 2,491,561 impressions e generato 5,207 clicks, per un tasso di clic combinato sui due canali è di 0.21%;
 - Tra i tre mercati su native il mercato in lingua francese (Francia, Belgio, Lussemburgo) ha ultra performato con un tasso di click medio di 0.4%, seguito dall'Olanda (in inglese) a 0.18% e terzo il mercato di lingua tedesca (DACH, Lussemburgo) con 0,15%;

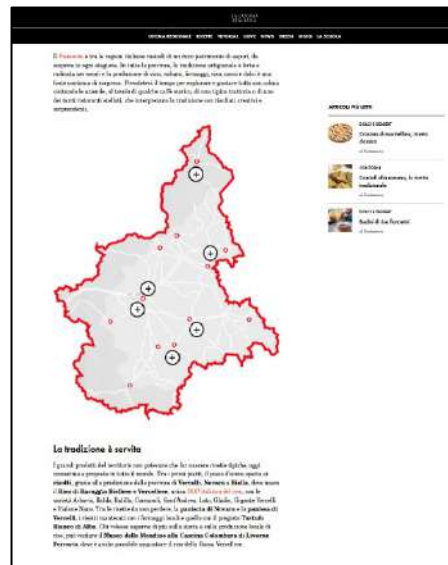


- Pianificazione con l'editore Giallo Zafferano di un publireddazionale dedicato alla cultura e tradizione enogastronomica delle feste natalizie in Piemonte, online dal 16 dicembre https://www.giallozafferano.it/native/piemonte-meta-top-dei-pastry-travel?fbclid=IwY2xjawILndleHRuA2FlbQlXMAABHXS930u5_5Un1Vfyzy9NlqQINjw-tgkSA562GnbxIA2pCvVMTfDZWcFeaQ_aem_Mc2mFoN91DJSwRmhvat8lw ;

104



- Pianificazione di uno special con la Cucina Italiana online per la promozione del patrimonio enogastronomico e culinario del Piemonte legato alle esperienze di territorio <https://www.lacucinaitaliana.it/branded/article/tutto-il-gusto-del-piemonte/>;



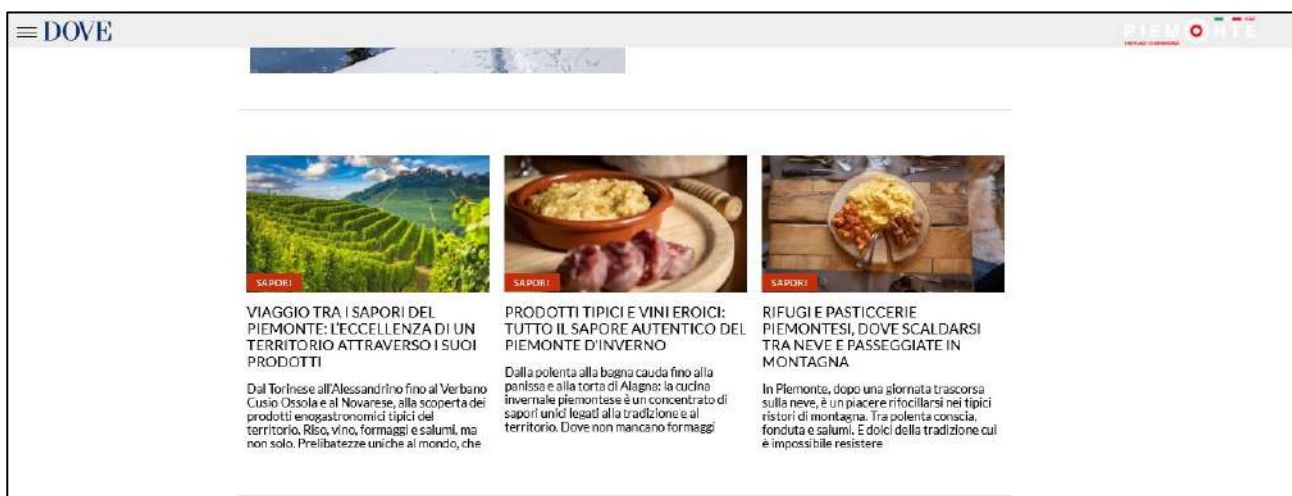
- Speciale editoriale con il Sistema Viaggi del gruppo RCS Cairo, con tre approfondimenti legati alle produzioni e ai prodotti enogastronomici di nicchia del Piemonte all'interno del webdoc dedicato al Piemonte

<https://viaggi.corriere.it/speciali-extra/inverno-in-piemonte-unaltra-montagna-da-vivere-visit-piemonte-webdoc-adv/>, qui di seguito elencati e pubblicati tra il mese di dicembre e gennaio;

- <https://viaggi.corriere.it/itinerari-e-luoghi/viaggio-tra-i-sapori-del-piemonte-leccellenza-di-un-territorio-attraverso-i-suoi-prodotti-visit-piemonte-speciale-webdoc-adv/>
- <https://viaggi.corriere.it/itinerari-e-luoghi/prodotti-tipici-e-vini-eroici-tutto-il-sapore-autentico-del-piemonte-dinverno-visit-piemonte-webdoc-adv/>
- <https://viaggi.corriere.it/itinerari-e-luoghi/rifugi-e-pasticcerie-piemontesi-dove-scaldarsi-tra-neve-e-passeggiate-in-montagna-visit-piemonte-speciale-webdoc-adv/>

Il lancio della sezione è stato supportato da contenuti sui social media, in particolare FB e IG.

105



A11.3) Eccellenze del Piemonte in vetrina / FUNT

Premessa

Visit Piemonte srl, su mandato della Regione Piemonte, e in collaborazione con Ente Fiera Nazionale del Tartufo Bianco d'Alba, ha avviato l'edizione 2024 del progetto "Eccellenze del Piemonte in vetrina", proseguendo l'impegno nella promozione delle eccellenze enogastronomiche del territorio con l'obiettivo di rafforzare ed amplificare la visibilità e l'appeal turistico della destinazione Piemonte.

L'attività rientra nell'Accordo Quadro di collaborazione con Ente Fiera -siglato nel 2020 e rinnovato nel 2023 al fine di unire le rispettive competenze ed esperienze, avente l'obiettivo comune di rafforzare la visibilità e l'appeal della destinazione Piemonte per un racconto rinnovato, incentrato sul Tartufo Bianco d'Alba, brand Ambassador del nostro territorio, in stretta sinergia con le Agenzie Turistiche Locali.

A11. 4.) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Visit Piemonte, su indicazione della Regione Piemonte, e in collaborazione con Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba e le ATL territoriali, ha individuato e realizzato una serie azioni di promo-comunicazione per un racconto turistico e culturale del nostro territorio declinato sulle sue eccellenze gastronomiche articolandosi tra momenti formativi rivolti agli studenti, eventi di promozione di racconto enogastronomico e turistico rivolto agli stakeholder del territorio e press tour dedicati alla stampa nazionale. Qui di seguito il dettaglio:

- Realizzazione di un evento, a cura dell'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba e Centro Studi del Tartufo rivolto agli studenti degli Istituti Alberghieri presso l'Apro – Istituto di Formazione Professionale di Alba (e diffuso in streaming), con la Chef stellata Manoella, detta Manu Buffara, proveniente dal Brasile per la consegna del premio "Dawn to Herth" attribuito ogni anno dall'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba a personalità della gastronomia mondiale, che si sono distinte nel campo della sostenibilità ambientale.



- Realizzazione di 8 masterclass dedicate all'analisi sensoriale del tartufo bianco d'alba in collaborazione con il Centro Studi del Tartufo di Alba presso i seguenti istituti:
 - 24 ottobre 2024, ATL Terre Alto Piemonte Biella presso Istituto di Istruzione Superiore Gae Aulenti Biella;
 - 6 novembre, ATL Alexala Monferrato Alessandrino presso l'Istituto Luparia di San Martino di Rosignano;
 - 14 novembre, ATL del Cuneese presso Istituto Virginio Donadio, Dronero;
 - 19 novembre ATL Terre Alto Piemonte Novara, Istituto G. Ravizza di Novara;
 - 21 novembre Ente Turismo LMR Asti, Istituto Di Istruzione Superiore "G. Penna"

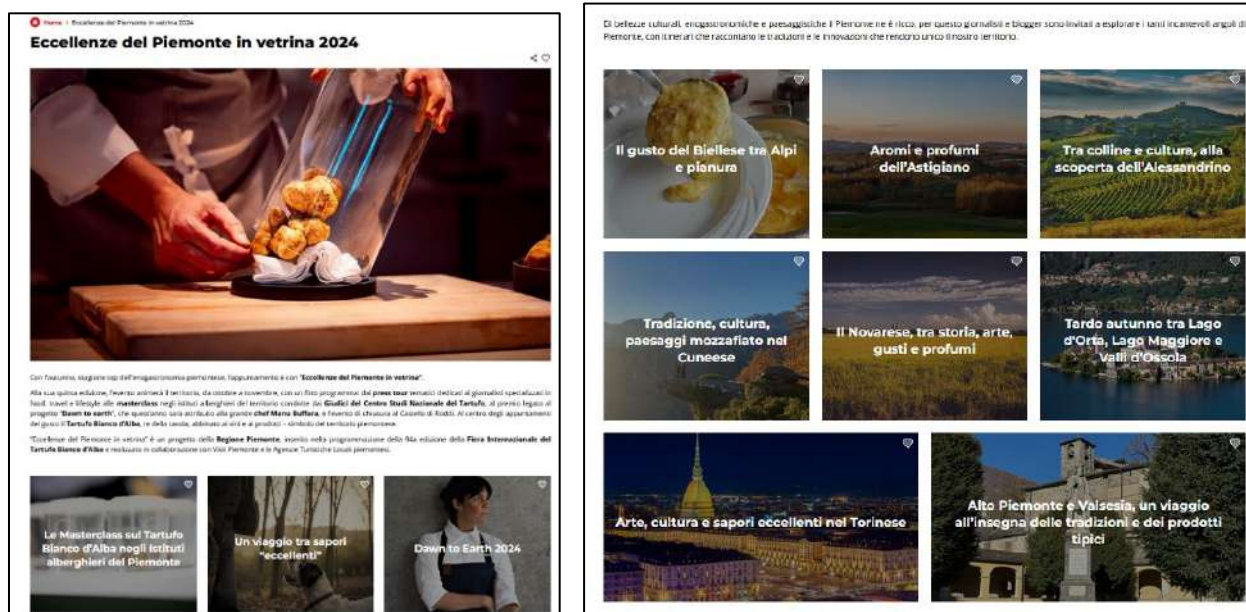
- 26 novembre ATL Turismo Torino e Provincia presso Istituto prof. Statale "G. Colombatto" di Torino;
 - 26 novembre ATL Terre Alto Piemonte Valsesia Vercelli, presso Istituto Professionale Statale Enogastronomia e Ospitalità Alberghiera G. Pastore di Varallo Sesia (VC)
 - 28 novembre ATL Distretto Turistico dei Laghi presso l'Istituto di Istruzione Superiore "Erminio Maggio" di Stresa (VB)
- Realizzazione di 3 eventi, a cura dell'Ente Fiera, presso il Castello di Roddi, rivolti alla stampa, al pubblico e agli stakeholder turistici e del mondo dell'Enogastronomia:
- il 7 novembre il Tartufo Bianco d'Alba è stato abbinato all'Alta Langa DOCG, le Alte Bollicine Piemontesi, denominazione di recente costituzione, che proprio grazie al percorso intrapreso con la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, ha sviluppato un consorzio che oggi vanta 55 case spumantiere e 90 viticoltori associati, diventando un nuovo brand ambassador del Piemonte;
 - il 29 novembre, presso la Sala Beppe Fenoglio del Comune di Alba, è stato realizzato l'evento di approfondimento sulla Fassona Piemontese con il Consorzio Asprocarni, moderato dal noto giornalista, foodteller, medico nutrizionista Federico Francesco Ferrero. L'incontro, si è posto come obiettivo quello di promuovere la filiera corta e sostenibile, favorendo il dialogo tra allevatori, ristoratori e consumatori ed accrescere la consapevolezza del valore economico e culturale di un prodotto che rappresenta il Piemonte nel panorama enogastronomico nazionale e internazionale
 - il 3 dicembre presso il Castello di Roddi, in linea con il pay off dell'edizione 2024 della fiera "Intelligenza naturale" l'evento dedicato all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale generativa per una nuova narrazione del patrimonio enogastronomico piemontese: protagonista "Paolo", lo chef virtuale che ha spiegato l'IA al Food & Wine. Tra i partecipanti, rappresentanze delle ATL piemontesi, degli Istituti Alberghieri regionali, di giornalisti e di Visit Piemonte



- Realizzazione di 8 press tour – della durata di 2 giorni – ciascuno con un gruppo di giornalisti e content creator italiani di testate off e online con focus enogastronomia, lifestyle, viaggi, cultura e turismo. I viaggi stampa hanno coinvolto tutte le diverse aree del territorio regionale e sono stati realizzati in parallelo alle masterclass in calendario, come dal riepilogo seguente:

- 1) **Area Biellese** (Biella, Santuario e Sacro Monte di Oropa), dal 23 al 24 ottobre, al quale hanno partecipato 7 giornalisti/content creator: Raffaella Serini / Donna Moderna e F.; Paolo Alciati / Turismo del Gusto; Elena Formigoni / content creator Cucinama ; Giovanni Caldana / Il Giornale, Gazzetta del Gusto, Gambero Rosso; Enza D'Amato / Cibo Viaggiando; Gianluca Sartori / Corriere.To; Fulvio Tonello / Il Golosario.
- 2) **Langhe Roero Monferrato** con epicentro Asti e il Monferrato Astigiano, dal 7 all'8 novembre, con 4 giornalisti / content creator: Alex Li Calzi / @lorsoincucina; Simona Daviddi / Ediman; Paola Pardieri / The Travel News; Cristina Mauri / @GoodFoodLab.
- 3) **Monferrato Alessandrino** (Volpedo, Gavi, Tortona), dal 12 al 13 novembre, con 6 giornalisti e content creator; Laura Sommariva / Sale e Pepe; Franco Canavesio / Class; Raffaella Serini / Donna Moderna, F; Roberta Ferrazzi / Le Cosmopolite; Marina Malvezzi / Mangiare Bene; Alessia Bianchi / food and travel blogger @lalessiuccia.
- 4) **Cuneese, Valle Maira e Saluzzo**, dal 14 al 15 novembre con 5 giornalisti e videomaker: Maria Tatsos / IO Donna; Andrea Parlangei / Focus; Giuseppe Ortolano / Repubblica; Marina Caccialanza / Sala e cucina; River Ferdinandy / @iosonoriver.
- 5) **Novara e l'immediata provincia**, dal 20 al 21 novembre, con 5 giornalisti e blogger: Francesca Palladini / giornalista professionista, Cookist, Elle Italia et al.; Selene Scinicariello / blogger travel & enogastronomia; Carlo Ingegno / direttore di Agenda Viaggi; Francesco Vicario / giornalista caposervizio Gente et al.; Teresa Balzano / food blogger & food writer.
- 6) **Torino città e la Valle di Susa** (Sacra di San Michele e Avigliana), 26 – 27 novembre con 6 giornalisti e content creator: Umberto Torelli / 7 Corriere della Sera; Chiara Pasqualetti / Dove Viaggi; Gianluca Sartori / Corriere della Sera Torino; Silvana Rizzi / Vanity Fair; Fabrizio Lava, giornalista, fotografo e presidente NEOS Associazione giornalisti viaggi e turismo.
- 7) **La Valsesia della tradizione** storica, culturale ed enogastronomica Walser, dal 26 al 27 novembre, con 5 giornalisti: Riccardo Lagorio / QN Viaggi del Gusto e Sale&Pepe; Maurizia Ghisoni / Mondì nostri Magazine; Giorgio Papavero / DOVE Viaggi; Federica Borasio / Italia a Tavola; Vittorio Giannella / Casa in Fiore.
- 8) **Distretto Turistico dei Laghi** (il Lago d'Orta e il Sacro Monte d'Orta, Stresa e le Isole Borromee, Baveno e l'Ossola con Domodossola), dal 28 al 29 novembre, con 4 giornaliste: Anelise Sancez / giornalista brasiliana con sede a Roma / post-italy.com e Viagem e Turismo; Federica Palladini / Cookist + Elle; Elisa Muzzi / Lunasia edizioni, Gustosano.eu et al. da Roma; Gisella Motta, giornalista senior e fotografa.

- Refresh della sezione del sito dedicata alle Eccellenze del 'Piemonte in Vetrina', con un racconto degli eventi che hanno caratterizzato l'edizione 2024, oltre ad una nuova sezione di contenuti turistici declinati, sulla traccia dei press tour realizzati, per uno storytelling rinnovato di esperienze enogastronomiche offerte dalle singole ATL.



a12) Grand Tour UNESCO 2024

Premessa

Il "Grand Tour UNESCO del Piemonte in bicicletta", nato nel 2021, è un progetto di valorizzazione turistica realizzato con il coordinamento di Visit Piemonte - su incarico di Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte – è frutto della collaborazione con il Prof. Andrea Rolando dell'Osservatorio E-Scapes-Politecnico di Milano.

Il "Grand Tour UNESCO del Piemonte in bicicletta" tra residenze storiche, paesaggi suggestivi nella varietà di riconoscimenti che vanno dai siti Patrimonio Mondiale alle Città Creative, dalle Riserve MaB (Man and Biosphere) ai Geoparchi, rappresenta un "Grande parco" che si estende dal Monviso all'Adamello, con al centro il Monte Rosa e il distretto dei laghi, dove elementi naturali, culturali, storico artistici disegnano un mondo da scoprire con lentezza, a piedi e in bicicletta su strade bianche, argini di fiumi e canali. Un anello di 600 chilometri dove destinazione e viaggio diventano un tutt'uno, in un susseguirsi di colpi di scena e luoghi da ammirare e scoprire.

L'anello completo consente, partendo da Torino – oppure raggiungendo il tracciato con il treno dalle stazioni ferroviarie di Ivrea, Biella, Santhià, Vercelli, Novara, Casale Monferrato, Asti, Alba, Bra, Racconigi, Savigliano, Cuneo, Piscina, Avigliana – di scoprire i numerosi siti UNESCO piemontesi attraverso percorsi che incrociano città, borghi e luoghi di importanza storico-artistica.

L'anello si articola in 4 archi:

- Arco 1 | Da Avigliana a Biella
- Arco 2 | Da Biella a Casale Monferrato
- Arco 3 | Da Casale Monferrato a Racconigi
- Arco 4 | Da Racconigi ad Avigliana

Inoltre sono stati predisposti anche una serie di percorsi che consentono di conoscere interessanti beni e cittadine d'arte che arricchiscono ulteriormente l'esperienza del Grand Tour nelle single aree.

Unioncamere Piemonte nell'ottica di continuare la promozione e valorizzazione di questo itinerario ha affidato a Visit Piemonte un incarico per effettuare una verifica dell'intero percorso, rispetto a quanto ad oggi presente sui file di tracciato, per aggiornarlo e definire le azioni correttive necessarie, in particolare rispetto al 4° Arco dove, nel frattempo, sono occorsi lavori e modifiche della viabilità che hanno inciso e inficiato la percorrenza dell'arco stesso in modalità bike. Contemporaneamente per riportare l'attenzione turistica sull'Anello è stata realizzata un'attività di promozione di taglio redazionale, altamente verticale, con un editore di livello specializzato sul tema del bike e del cicloturismo.

a12. 1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Le attività di verifica e correzione sono state affidate al Prof. Andrea Rolando dell'Osservatorio E-Scapes - Politecnico di Milano, ideatore dell'itinerario con il Politecnico di Milano, a cui afferisce la proprietà intellettuale del progetto. In questo contesto il Prof. Rolando ha realizzato, con il coordinamento e la supervisione di Visit Piemonte, le seguenti attività:

- Tour dell'itinerario completo, arco per arco, in bike, per verificare tutto il tracciato, con relativo rilascio di file GPX aggiornati e coretti in base alla viabilità attuale;
- Stesura di un articolo redazionale sul tracciato completo di taglio turistico, e revisione dei contenuti del sito visitpiemonte.com.

A livello di comunicazione è stata concordata una partnership di taglio redazionale con la rivista "Destinations" di edizioni Mulatero, progetto di Alvento dedicato al bikepacking e ai viaggi in bicicletta, per il numero di novembre 2024.

Il magazine è rivolto ad un target alto spendente, fortemente interessato al prodotto bike e turistico, che apprezza il viaggiare in modo sostenibile, l'arte e le tradizioni che un territorio può offrire, anche a livello enogastronomico.

La rivista patinata, è una pubblicazione vera e propria, con carta pregiata e maxi-formato 27x42 cm, distribuita nelle librerie e presso i marketplace online di Amazon, Feltrinelli, e altri. La tiratura è di 20.000 copie di cui 7.500 in Italia e 12.500 in Europa, in lingua inglese. Una pubblicazione non solo da fruire ma da collezionare.

Il redazionale di 32 pagine, scritto dal prof. Rolando, è stato rivisto dall'editore secondo lo stile del magazine, il tutto è arricchito da uno shooting fotografico, prodotto ad hoc, a cura di uno dei migliori fotografi specializzati in bike della rivista Alvento. Plus di questa iniziativa editoriale è che tutte le immagini scattate sono state cedute, con contratto, per un utilizzo di carattere istituzionale a Visit Piemonte, che potrà farne uso per la promozione territoriale e di progetto.



A seguito di queste attività le sezioni dedicate al Grand Tour Unesco in bicicletta, presenti nel portale di Visit Piemonte e sulla piattaforma Outdooractive, sono state aggiornate, a cura di Visi Piemonte, e implementate con i nuovi contenuti descrittivi, i GPX corretti, e rinnovati con le immagini realizzate nello shooting di Alvento

111

a13) Rassegna stampa quotidiana e monitoraggio stampa

Per tutto l'anno 2024 è proseguito da parte dell'ufficio stampa un servizio di selezione quotidiana delle notizie della rassegna stampa locale/nazionale sul tema turismo a servizio interno ed esterno, utilizzata per verificare l'esito di eventi e notizie diffuse attraverso i comunicati stampa legati a progettualità regionali. La selezione viene realizzata sia sulla piattaforma Mimesi e su quella di Eco della Stampa attivata dalla Regione Piemonte, a cui abbiamo richiesto e ottenuto l'accesso. La selezione che viene proposta verte sulle notizie riguardanti il turismo e l'economia regionali.

Il servizio di monitoraggio, erogato su specifica piattaforma, sempre in capo, alla società Mimesi in base all'offerta più vantaggiosa ricevuta, ha permesso di realizzare dei report ad hoc per le diverse progettualità con la valorizzazione economica della rassegna stampa.

La rassegna stampa realizzata sulla piattaforma Mimesi consente, al di là dell'esame di singole campagne, anche di valutare la presenza di Visit Piemonte sui media italiani, stampa e web, a seguito dell'attività effettuata.

a14) Newsletter digitale mensile

Lungo tutto l’arco dell’anno 2024 è proseguita l’attività di comunicazione realizzata attraverso la newsletter digitale di Visit Piemonte, inviata ogni mese a circa 9 mila indirizzi istituzionali, di giornalisti e organi di informazioni, di operatori turistici e stakeholder del mondo economico e agroalimentare piemontese. La stesura della newsletter, a cura dell’area comunicazione, coinvolge tutti i settori di Visit Piemonte con gli aggiornamenti sulle attività in corso, i progetti e i risultati di specifiche azioni. Raccolta notizie sulle attività, redazione testi, verifica e integrazioni, caricamento sul sito corporate, impaginazione e invio. Le notizie sono andate contestualmente ad implementare la sezione apposita sul sito www.visitpiemonte-dmo.org/

a15) Supporto alle richieste di testi, contenuti, virgolettati, press tour e media relations

L’ufficio stampa di Visit Piemonte ha costantemente collaborato con gli uffici stampa della Regione Piemonte, di partner di progetto e testate locali o specializzate, riguardo attività di comunicazione legate al turismo nella fornitura di testi base e di schede sui progetti, di fotografie, dichiarazioni del presidente Beppe Carlevaris, virgolettati dell’Assessore Poggio e dell’Assessore Chiarelli, schede utili all’ufficio Stampa dell’Assessorato a supporto di comunicati stampa, dichiarazioni, interviste , etc. (Connect Aviation 2024; BIT 2024; WTM Londra, Worlds Skate Games, Campagna Neve, etc.) oltre alle attività di revisione di servizi e articoli.

A titolo esemplificativo delle collaborazioni, si propone di seguito il servizio di due pagine uscite sulla Rivista Idea del Cuneese nel mese di febbraio, interamente curata dall’ufficio stampa di Visit Piemonte.



Si segnala inoltre la collaborazione con info, testi e invio immagini alle **Guide di Repubblica** (musei e i luoghi culturali, outdoor estate, outdoor inverno).

A supporto del settore Offerta Turistica della Regione Piemonte, tra maggio e giugno abbiamo inoltre lavorato all’integrazione delle schede e reperimento immagini per il progetto **“Viaggio Italiano - Le Vie del Bike”** di Italia.it per quanto riguarda le seguenti ciclovie:

- Ciclovía R1 - Eurovelo 8 - tratto della "Via delle Risorgive" Airasca-Moretta (20 km)

- Ciclovia R6 - Francigena della Val di Susa - tratto Torino-Avigliana-Bussoleno (50 Km)
- Ciclovia R4 - Via del Mare - Ciclovia del Toce tratto Domodossola-FondoToce (40 km)

Si segnalano inoltre:

- Redazione e invio di testo guida, link e repertorio iconografico alla giornalista Alessandra Fuse per articolo dedicato al “Piemonte dell’enogastronomia”, pubblicato su «Malpensa 24» online il 12 gennaio 2024. Link: <https://www.malpensa24.it/piemonte-re-dellenogastronomia/>
- Reperimento informazioni, contatti sui territori e materiali iconografico per la giornalista Raffaella Serini, per il servizio «7 esperienze insolite che puoi vivere in Piemonte (e non lo sapevi)», pubblicato sull’edizione online di «Vanity Fair» il 3 febbraio 2024, vedi: <https://www.vanityfair.it/article/cosa-fare-vedere-piemonte-esperienze-insolite>
- Reperimento informazioni, contatti sui territori e materiali iconografico per la giornalista Irene Cabiati / Gruppo NEOS per il servizio dedicato alle Valli dell’Ossola (patrimonio naturalistico, itinerari e visite guidate alle Centrali Elettriche e offerta turistica outdoor & enogastronomia) pubblicato all’interno del n. 1 della rivista “ODISSEO”, qui link: <https://neosnet.it/odisseo-n-1/>
- Invio di informazioni al giornalista e caporedattore Andrea Ronchi per l’articolo “Circolo Golf Torino Cent’anni di tradizione”, pubblicato in occasione dei 100 anni del Golf Club Torino sul numero mensile di «Golf e Turismo» (pag. 110 e successive), aprile 2024, vedi: <https://www.golfeturismo.it/prodotto/golfturismo-aprile-2024/>
- Coordinamento contatti con ATL Distretto Laghi, redazione di testo – guida per la giornalista Franca Scotti, con pubblicazione dell’articolo dedicato ai Sacri Monti del Piemonte e all’offerta turistica correlata, “I Sacri Monti”, pubblicato sulla rivista mensile «Turismo all’aria aperta», n. 328, maggio 2024, vedi: <https://www.turismoitinerante.com/Rivista2021/pdf/328.pdf>
- Raccolta e aggiornamento informazioni, fornitura contatti e redazione di scheda con i migliori “Tips per un itinerario a Torino” per la giornalista e content creator svizzera Tania Villiger, per viaggio stampa gestito in autonomia sul territorio della Città Metropolitana, destinato alla pubblicazione di un servizio sulla rivista svizzero- tedesca «Ds Ideal Heim» e altre riviste di design, arte e architettura. Maggio 2024.
- Raccolta e aggiornamento informazioni, fornitura contatti e redazione di scheda con itinerario tra arte, cultura, tendenze shopping e intrattenimento per la blogger svizzero tedesca Sarah Althaus (blog [RAPUNZEL WILL RAUS](https://www.rapunzelwillraus.com)), maggio 2024.

Press e media relation

- Redazione del testo guida, reperimento contatti e informazioni, e materiali iconografico per il giornalista Anton Ladner, articolo sul Santuario di Vicoforte e il Monregalese – “Augstieg in den Himmel” - apparso sul magazine online “Doppelpunkt” / Svizzera tedesca, luglio 2024 (pdf in allegato);
- Coordinamento contatti con la redazione di Corriere.TO e soggetti del territorio, contatti per interviste (Enti, Fondazioni, Consorzi) per 3 pagine speciali “Corriere.it / Economia: Gemellaggio europeo Provincia di Biella - Grecia Progetto Europeo C.I.V.I.C.”, settembre 2024 (pdf allegato)

- Invio di spunti e contatti alla giornalista britannica Kiki Deere su testimonial e novità neve per articolo “Special List” su BBC online;
- Sempre alla giornalista Kiki Deere, invio di informazioni, contatti, fotografie per articolo sulle migliori destinazioni neve italiane su TIME OUT Mag online, (per il Piemonte, Monterosa Ski Alagna), ottobre 2024 (pdf in allegato) ed elenco Novità ed eventi 2025 in inglese;
- Reperimento informazioni, contatti sui territori e materiali iconografico per la giornalista Marta Ghelma per uscita su “Il Crocifisso fiorito – Tradizioni Walser in Valsesia” / novembre 2024 (pdf allegato)
- Ricerca spunti, contatti, redazione traccia di itinerario e reperimento materiali fotografici Via Francigena del Canavese per la giornalista Anna Maria d’Urso per articolo “Piemonte. Sulla via dei pellegrini, tra laghi, chiese e vigneti”, versione cartacea IO Donna / Corriere, pubblicazione novembre 2024;
- Reperimento e coordinamento contatti con soggetti del territorio Langhe per la giornalista Anna Maria d’Urso, per articolo “Weekend gourmet ad Alba”, cartaceo IO Donna/Corriere, dicembre 2024 (pdf allegato)
- Reperimento informazioni, contatti musei / fondazioni / soggetti diversi e materiali iconografico su proposte family friendly Torino e outdoor per la giornalista Marta Ghelma per prevista pubblicazione primavera 2025 su “Style Piccoli”;
- Raccolta informazioni, fornitura contatti e redazione itinerario di 2 giorni e scheda “Tips per un itinerario a Torino” per la giornalista ed autrice Chiara Pasquaretti, per viaggio gestito in autonomia sul territorio della Città Metropolitana, destinato produzione online e social (nei primi mesi del 2025);
- Reperimento e coordinamento contatti tra giornaliste e blogger italiane interessate alla produzione dell’olio extravergine di oliva in diverse aree del Piemonte e soggetti / produttori del territorio;
- Reperimento e coordinamento contatti tra giornalisti italiani e aziende produttrici di lavanda / zafferano per spunti e itinerari a tema;
- Coordinamento contatti tra giornalisti / content creator italiani e istituzioni museali / gallerie / case - museo del territorio per visite / itinerari / articoli a tema;
- Invio lista ristoranti su Torino e in differenti aree territoriali per segnalazione a redazione Guida Gambero Rosso per eventuale inserimento nella Guida;
- Coordinamento contatti tra giornalisti / content creator italiani e uffici stampa enoteche + eventi correlati a vino / gastronomia per invito eventi / press tour / produzione articoli;
- Reperimento news attività ed eventi stagione neve per Carlotta Lombardi / DOVE Viaggi, uscita ottobre – novembre 2024;
- Segnalazione novità, eventi comprensori al giornalista Andrea Ronchi per produzione autonoma su Sciare Magazine et altre riviste di settore, ottobre – novembre;
- Organizzazione intervista al Presidente Beppe Carlevaris e fornitura materiali e immagini alla rivista “Forbes” Germania;
- AROMI d’ITALIA, 3 luglio 2024, tour a Torino in bus con degustazione enogastronomica delle specialità territoriali nel contesto del progetto ministeriale “Scopri l’Italia che non Sapevi – Viaggio italiano”: supporto alla divulgazione dell’evento con ricerca contatti, invio di nota e invito ad una selezione di giornalisti sul territorio ed extra-Piemonte e partecipazione a bordo come ufficio stampa e PR Visit Piemonte;
- Campionati mondiali di Hockey / Novara, 16 – 22 settembre 2024: in occasione del press tour organizzato ad hoc, supporto all’ATL Novara e all’agenzia incaricata con redazione lista contatti giornalisti da invitare al tour, veicolazione dell’evento sportivo e del territorio tramite invio informazioni e schede tematiche a giornalisti piemontesi ed extra regionali;

- Progetto FORTE PIEMONTE: supporto alla divulgazione del comunicato stampa e al circuito con contatti giornalisti;

In collaborazione con il Team Marketing di Visit Piemonte che ha lavorato alla promozione del golf, revisione e parziale redazione / restyling testi Brochure GOLF in italiano / inglese / tedesco e successive revisioni layout definitivo.

Collaborazioni ENIT Italia e sedi estere

- ENIT Bruxelles: redazione di testi guida a tema enogastronomico e siti UNESCO Langhe Roero Monferrato per n. 2 articoli e adv in lingua francese sulle riviste online “JUNE” ed ELLE, ottobre – novembre 2024 (pdf in allegato);
- Enit Ufficio stampa internazionale: segnalazione comunicati stampa, news, itinerari, eventi sui e dai diversi territori destinati alla sensibilizzazione del bacino media italiano ed estero;
- ENIT Francoforte / ENIT Svezia / Enit Toronto Canada / Enit Parigi / ENIT UK / ENIT Polonia: coordinamento contatti con ATL diverse ed operatori del territorio per richieste di supporto per press tour destinati alla promozione del prodotto Outdoor / Lifestyle/ Enogastronomia / Arte & Cultura. Numerose richieste di supporto per press trip individuali e / o team redattore + fotografo (soprattutto per progetti Outdoor) e troupe TV.

a16) Redazione Comunicati stampa

Per il semestre in oggetto sono stati realizzati i seguenti Cos:

- "Via Francigena for all" si presenta a Milano
- Piemonte, viaggi di scoperta nella spiritualità - IN CAMMINO La porta di Torino: itinerari sindonici sulla Via Francigena e VIA FRANCIGENA FOR ALL
- Evento di sensibilizzazione alla disabilità 20-21 luglio 2024, Ivrea
- Via Francigena for all, il progetto “chiude” in Valle di Susa con la camminata Sant’Ambrogio-Avigliana Turismo più accessibile, inclusivo e sostenibile: «Via Francigena for all» presenta il suo bilancio
- Il Piemonte del turismo enogastronomico vola a New York
- Nota stampa Fiera IFTM Parigi - Meraviglie reali: scopri le 16 Residenze Sabaude patrimonio dell’Umanità
- Nota Stampa Presentazione del Piemonte - WTM Londra
- ITALY AT HAND 2024 - IL PIEMONTE SI PREPARA AD ACCOGLIERE L’EVENTO B2B DI RIFERIMENTO PER IL SETTORE MICE.
- Il Tartufo Bianco d’Alba sposa i prodotti del territorio: tornano le “Eccellenze del Piemonte in vetrina”
- Paolo, lo chef virtuale che spiega l’A.I. applicata al Food & Wine
- La Polonia sceglie la neve di Limone Piemonte
- Osservatorio Turistico del Cuneese - Qual è l’impatto del turismo delle stazioni sciistiche del Cuneese?

L’ufficio stampa di Visit Piemonte ha inoltre collaborato costantemente con l’ufficio stampa di Regione Piemonte per la redazione di comunicati sul tema turismo e di dichiarazioni virgolettate.

a17) Restyling sito e interoperabilità 2024

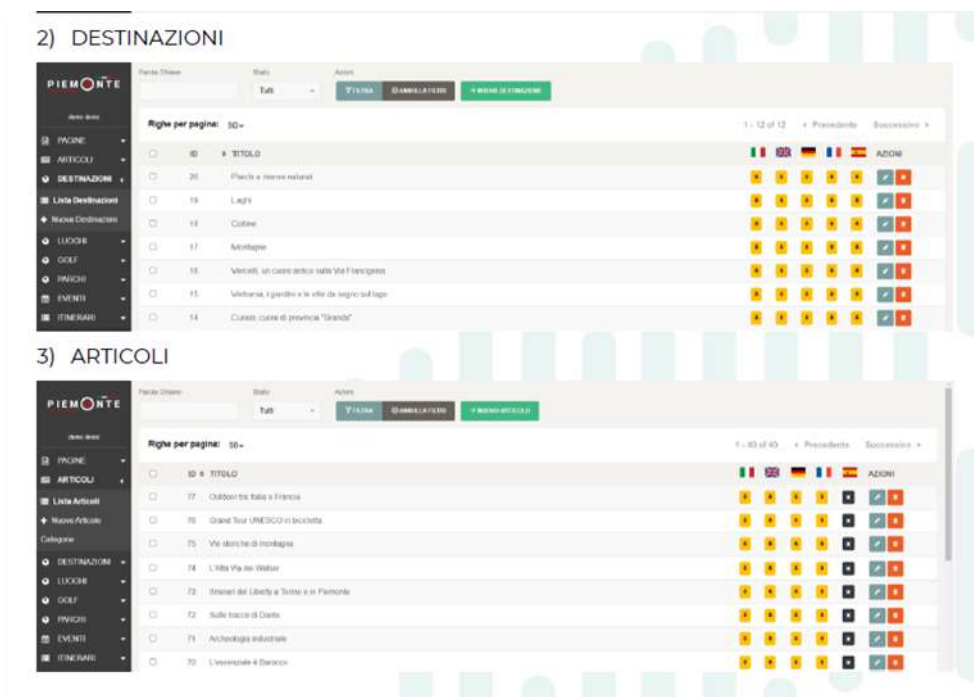
Visit Piemonte, su incarico di Regione Piemonte, ha sviluppato e realizzato nel corso del 2023 il progetto che ha visto coinvolti il team Comunicazione, Eventi e Logistica e l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte con l'obiettivo di connettere la piattaforma www.visitpiemonte.com con il Tourism Digital Hub (TDH), secondo le linee guida sull'interoperabilità del Ministero del Turismo.

Durante il 2023 il team Comunicazione, Eventi e Logistica ha operato con l'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte per finalizzare lo studio di fattibilità relativo all'interoperabilità tra visitpiemonte.com e italia.it, al fine di rendere il sito visitpiemonte.com e l'ecosistema delle piattaforme regionali interoperabili con il TDH nazionale attraverso l'evoluzione ad una piattaforma di tipo "hub regionale". Dopo aver collaborato con il Dipartimento di Informatica del Politecnico di Torino per analizzare l'ecosistema web regionale, e incaricato tramite gara, ALTRAMA ITALIA per la progettazione e sviluppo della nuova piattaforma, dal mese di gennaio si è operato per la release del nuovo sito di promozione turistica visitpiemonte.com.

Qui di seguito elencate le milestone operative dal mese di gennaio a giugno.

Consolidamento del backoffice in interoperabilità con le ATL piemontesi | Gennaio Aprile 2024

È stato completato lo sviluppo e testato il back-office, ovvero dell'ambiente che accoglie tutti i contenuti provenienti dall'ecosistema delle piattaforme regionali e ne permette l'invio interoperabile verso il TDH nazionale e la visibilità sul sito di promozione turistica italia.it.



Front end – Layout Grafico | Gennaio marzo 2024

Rispetto alle proposte di Altrama è stato definito il layout grafico per la nuova versione del sito di promozione turistica regionale sul quale il team comunicazione ha lavorato alla progettazione di una nuova alberatura dei contenuti, mega menu e nuove sezioni, in linea con le ultime tendenze del web turistico, così come alla

vestizione grafica con nuove immagini inedite per una navigazione più intuitiva e piacevole. Il nuovo layout grafico è stato modellato anche sulla base di necessità contenutistiche per riorganizzare i contenuti già presenti sul sito visitpiemonte.com OLD.

Back-office Import contenuti | Febbraio -marzo 2024

Il completamento dell'ambiente del back-office ha consentito l'importazione del DB del vecchio sito Visitpiemonte.com e la riclassificazione dei suoi contenuti in Destinazioni, Pagine, Article, oltre all'import massivo del catalogo degli itinerari dalla piattaforma Outdoor Active (già popolata dall'import effettuato da Piemonteoutdoor.it). È stata attivata anche l'interoperabilità con piemonteitalia.eu tramite Web API che ogni 24 ore aggiorna gli eventi. A titolo esemplificativo presentiamo la dashboard/cruscotto con l'evidenza dei contenuti importati da Visitpiemonte.com Old.



PIEMONTE	Immagini	4229	Eventi	1371	Itinerari	1043	Lughi	579
PAGINE	Articoli	299	Punti di interesse	191	Fascicolo	88	Parchi	62
Articoli	Pagine	61	Ristoranti	39	Destinazioni	34	Utenti	9
Destinazioni	entites soggiorno	3						

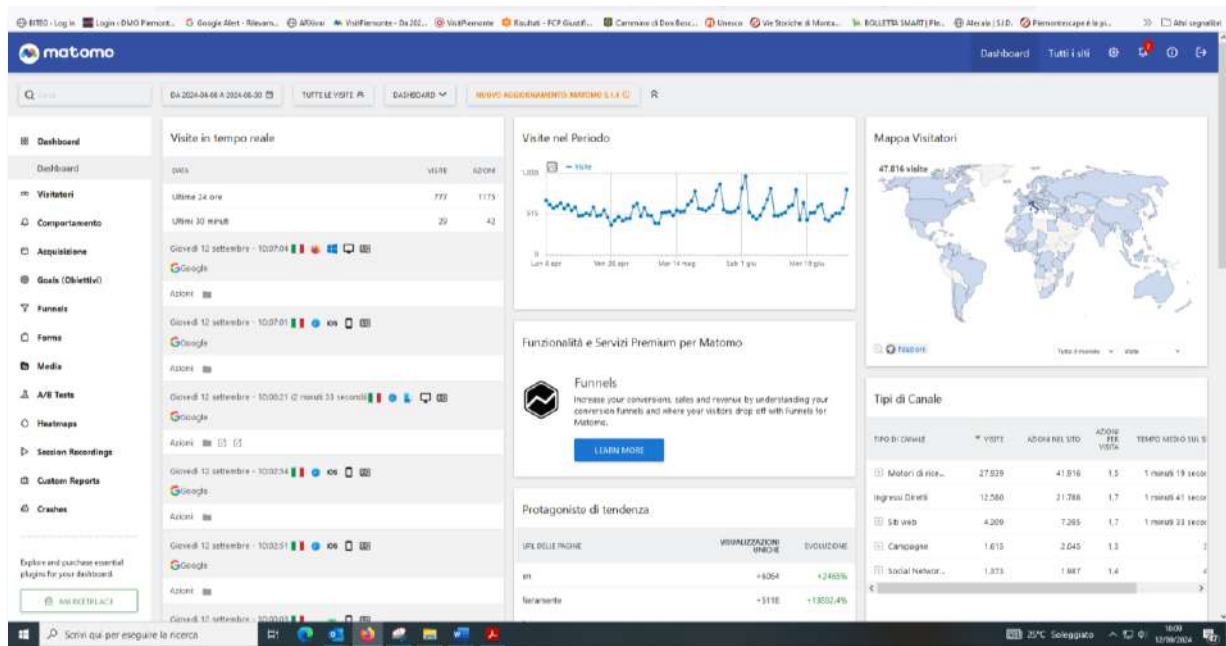
Tool di navigazione inclusiva e monitoraggio | Marzo 2024

Nella nuova piattaforma è stato implementato AccessyWay, tool di accessibilità digitale leader sul mercato, che permette una navigazione a utenti con disabilità visive, uditive e cognitive.

117



Inoltre è stato installato sul nuovo server il tool di monitoraggio Matomo, che dal 2021 ha sostituito Google Analytics, e che permette di verificare le performance del sito visitpiemonte.com nella quotidianità come pure l'efficacia delle campagne digital (programmatic ADV, display, Native e social media).



Definizione home page

Per creare continuità con la home page impattante della precedente versione del sito, ma portare un cambiamento ai consueti codici comunicativi, è stato inserito in testata un video racconto del Piemonte in tutte le sue articolazioni territoriali e di prodotto. I medesimi contenuti sono stati editati in formato reel per la versione mobile.

118



Oltre al richiamo visivo in sé, un invito alla navigazione "Parti subito, scopri e vivi" è stato inserito sotto il video per introdurre gli highlights stagionali e tematici del Piemonte turistico di cui si riporta uno screenshot esemplificativo.

Parti subito, scopri e vivi

Relax ed emozioni tra cime e pianure, parchi e siti Patrimonio UNESCO, laghi e colline. Il vino, la tradizione, le architetture, l'armonia dei borghi. Scegli la tua esperienza da vivere tra le proposte di un territorio unico e autentico e sfoglia le nostre **brochure** 

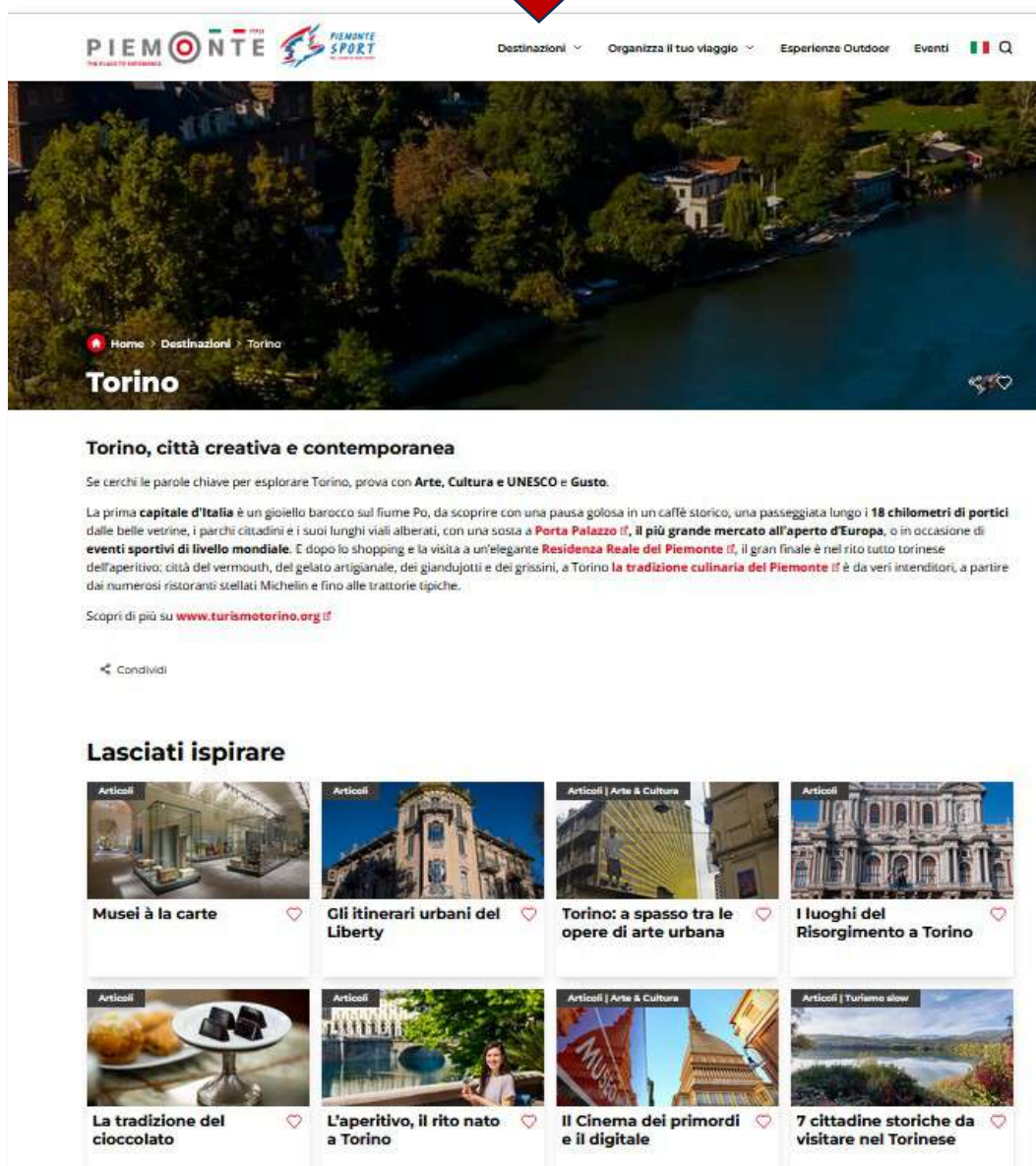
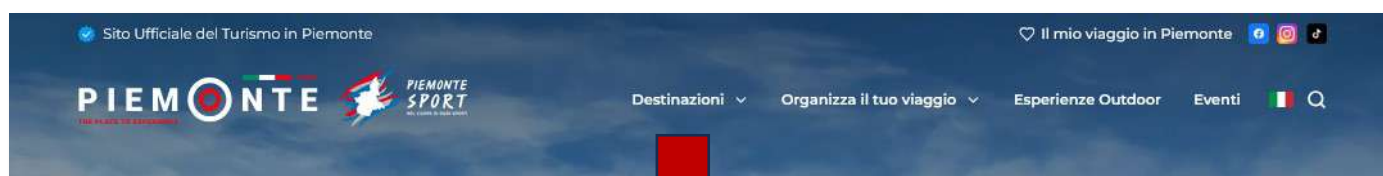
In primo piano



Mega menù e Macrosezioni

Rispetto alla precedente versione il mega menù è stato semplificato con 4 sezioni:

Destinazioni, Organizza il tuo viaggio, Esperienze Outdoor ed Eventi al cui interno le sottosezioni sono estremamente dinamiche e flessibili nell'arricchimento con i contenuti native di Visit Piemonte, come pure quelli in interoperabilità.



120

Fase Test | Marzo 2024

Una volta online, in modalità protetta, il sito è stato oggetto di una fase test per verificare:

- la correttezza di ciascun contenuto testuale e la corrispondenza delle traduzioni in lingua, inglese francese e tedesca;

- refresh della parte iconografica di ciascun contenuto, dalla hero image alle gallery interne, così come la homepage per l'impatto visivo e l'invito all'esplorazione;
- la correttezza dei link ipertestuali per arricchire la navigazione interna così come all'eventuale rimando a siti partner;
- verifica dell'import relativo al catalogo outdoor e correttezza della selezione effettuata tramite filtri ipotizzati;
- verifica del collegamento via API con piemonteitalia.eu e della correttezza degli aggiornamenti quotidiani rispetto al sito regionale.

Messa online e presentazione alla stampa | 5 aprile 2024

Il 5 di aprile il nuovo sito Visitpiemonte.com ha visto il debutto online anticipato da una conferenza stampa indetta dall'Assessore Vittoria Poggio presso il Circolo dei Lettori per presentare le tappe salienti del percorso di promozione turistica del Piemonte, culminate con i dati turistici record del 2023. Al termine è stato presentato il nuovo sito web turistico regionale www.visitpiemonte.com rinnovato secondo le linee guida ministeriali per l'interoperabilità con il sito Italia.it.

"Parti subito, scopri e vivi!" è l'invito che è stato rivolto ai presenti e online con il lancio social su Facebook e Instagram a distanza di qualche giorno.



Gestione e editing della sezione Outdoor | Maggio-dicembre 2024

In vista dell'estate e della nuova campagna istituzionale di cui l'Outdoor è un asset fondamentale, il team comunicazione ha editato la sezione portando in evidenza gli highlights estivi legati alla stagione 2024, tra cui le "Vie storiche di montagna". Per un allineamento con il DB presente su OutdoorActive.com, una migliore esperienza di navigazione e soprattutto rispondenza ai filtri individuati, è stata effettuata una revisione degli itinerari con check sulle caratteristiche e tipologia di ciascuna esperienza, come pure le traduzioni in essere.

Esperienze Outdoor

Preparati a vivere la tua PiemonteEscape in un mix di attività outdoor e itinerari emozionanti nella natura, dove sentirti a casa in ogni stagione

Sulle nostre Alpi trovi oltre 14.000 metri, tra cui il **Monte Rosa**, la seconda montagna più alta d'Europa, il **Monte Viso** e il massiccio del **Gran Paradiso**. Puoi percorrere a piedi, in bici o in mountain bike i percorsi in alta quota delle **vie storiche di montagna**, esplorare i **sentieri transfrontalieri** tra Italia e Francia e quelli legati alla **cultura e allo spiritualità**, coccolare bambini e famiglie sui percorsi che hanno fatto la **storia del ciclismo italiano**, scoprire le **residenze reali**, **Sabaude**, i castelli, le abbazie e le rovine tra le splendide **colline viticole patrimonio UNESCO**. Incontrati lungo i sentieri itinerari che abbracciano natura e cultura lungo i **laghi e le risaie**. E se ancora non ti basta, puoi provare gli **sport d'acqua** su laghi, fiumi e torrenti e quelli d'aria su **deltaplano, parapendio e mongolfiera**, le **vie ferrate**, le **pareti di arrampicata** e anche il **golf** su alcuni dei migliori campi d'Italia.

Cerca itinerari

Difficoltà

Tipologia

Territorio

Categoria

Cerca

Vie Storiche di Montagna

Avventure su due ruote

Outdoor tra Italia e Francia

Sport d'aria

Sport d'acqua

Golf

Con l'arrivo dell'inverno, anche la sezione *Outdoor* è stata declinata a tema Neve per valorizzare al meglio le Alpi di Torino, Biella, Cuneo, del Verbano Cusio Ossola e della Valsesia. Tutte queste destinazioni e i relativi comprensori sciistici sono stati raccolti in un'unica landing page tematica, pensata per offrire un'esperienza coinvolgente e immediata agli utenti. Inoltre, nella stessa sezione sono stati aggiunti tra gli *highlights* vari approfondimenti tematici dedicati alla stagione invernale. Tra questi, *Winter Experience for All*, l'iniziativa sviluppata con Turismabile, che mette in luce le esperienze sulla neve accessibili e fruibili anche da persone con disabilità, promuovendo un turismo inclusivo e aperto a tutti. Inoltre, sono stati valorizzati alcuni contributi acquisiti in interoperabilità con le ATL, relativi ad itinerari sulla neve.

Home + Neve, esperienza autentica

Neve, esperienza autentica



La neve in Piemonte, tutto ciò che sogni per la tua vacanza

1.350 chilometri di piste e 50 località sciistiche, 14 snowpark, strutture ricettive di alta qualità, impianti di ultima generazione e un attrezzato sistema di rifugi: le Alpi del Piemonte offrono ambienti spettacolari ed esperienze immersive nella natura in un mondo soffice e candido. Dalle valli del Cuneese, con l'inconfondibile sagoma piramidale del Granio, alle Alpi di Torino dal Balise fino al massiccio del Monte Rosa e gli incantevoli paesaggi dell'Ossola: un vero paradiso per sciatori, snowboarder e freeriders, ma anche per chi vuole tranquillo passeggiare in famiglia o tra amici, giornate sulla neve con i bambini, magici percorsi con gli sci da fondo tra i boschi e la scoperta dei tipici borghi di montagna.

E poi la nostra accoglienza è straordinaria per offrirti relax, buona tavola ed eventi sulla neve.



Alpi torinesi



Alpi biellesi



Alpi di Cuneo



Le Valli del Verbano Cusio
Ossola



Valsesia Monterosa Ski



Coppa del Mondo di Sci
Alpino Femminile



Scopri i borghi del
Piemonte in inverno:
l'incanto ti aspetta!



Après-ski



Sapori autentici in alta
quota



La neve facile e divertente,
tra amici e in famiglia



Winter Experience for All



Anello panoramico della
Piana di Vigizzo



Nel cuore innevato del Parco Naturale
Veglia-Devero



In Alta Valle Bognanco, il classico tour dei
tre rifugi

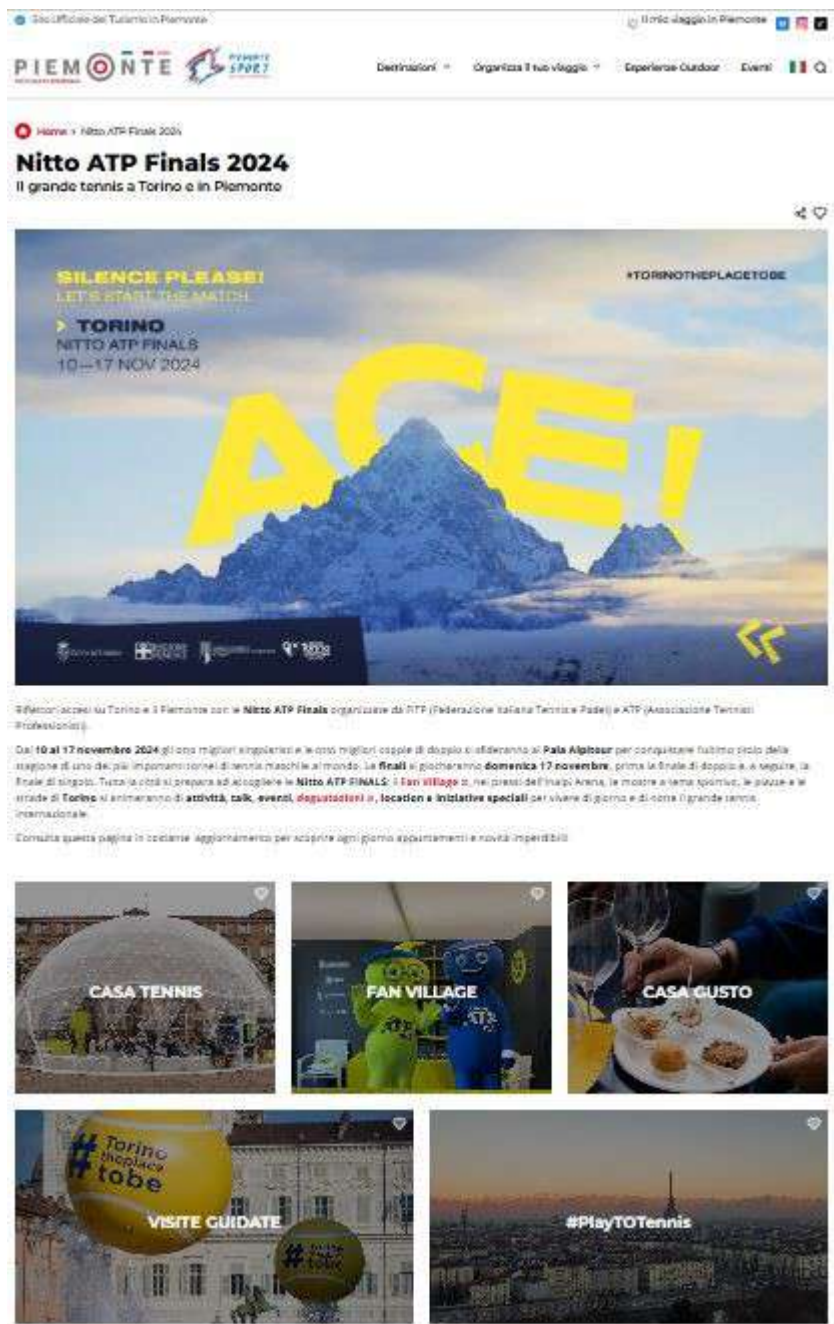
Creazione di nuove sezioni a supporto del team Marketing, Sport e grandi eventi 2024

Sono state inoltre create nuove sezioni, come pure article di approfondimento, a supporto delle aree operative di Visit Piemonte nell'ambito dei progetti di valorizzazione, in particolare del team Marketing e Sport.

A titolo esemplificativo si riporta **"Fieramente"** per la promozione delle fiere piemontesi su indicazione dell'Assessorato all'Agricoltura e Cibo della Regione Piemonte, la sezione della **Grand Départ del Tour de France** con highlights sportivi e istituzionali su indicazione della Presidenza della Regione Piemonte.



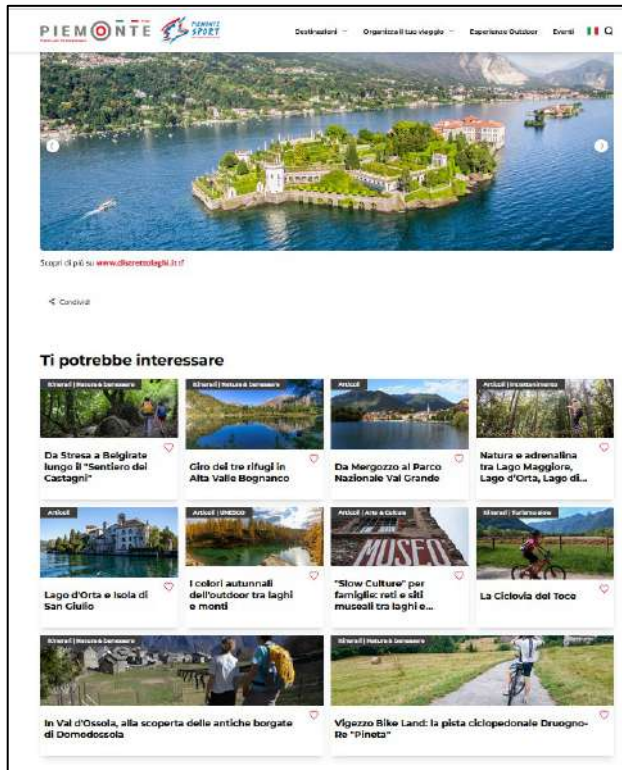
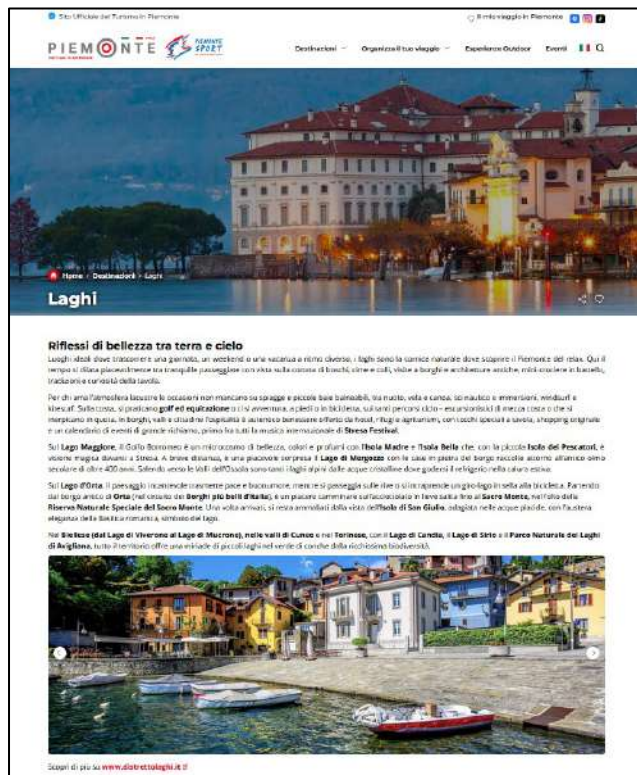
In occasione del grande evento delle **Nitto ATP Finals**, è stata creata una sezione dedicata per raccontare tutte le iniziative che hanno animato la città. Dal Fan Village a Casa Tennis e Casa Gusto, fino agli approfondimenti sul progetto **#PlayTOTennis** e sulle visite guidate organizzate in città, la sezione offre una panoramica completa delle esperienze proposte durante l'evento.



Attivazione interoperabilità con le ATL

Il mese di luglio ha visto l'avvio dell'interoperabilità con le singole ATL. Dopo una riunione di taglio operativo per definire la tipologia dei contenuti e gli aspetti editoriali in ottica di arricchimento del DB di visitpiemonte.com sono stati recepiti dalle ATL, **Articoli**, **Intineari**, **Destinazioni** (place), mentre il flusso degli **Eventi** è quotidianamente attivo dal sito piemonteitalia.eu con un aggiornamento anche redazionale da parte di Visit Piemonte. Nel 2024 sono stati valorizzati circa 40 contenuti in particolare dalle ATL Distretto Turistico dei Laghi, Alexala, Turismo Torino e Provincia, con il successivo arricchimento delle singole sezioni.

Qui di seguito, a titolo esemplificativo la sezione del Distretto Turistico dei Laghi popolata con contenuti interoperabilità



126

Interoperabilità con il TDH nazionale

Fin dal mese di maggio Visit Piemonte ha operato per avviare concretamente gli invii al TDH nazionale sulla base del piano editoriale fornito. Qui di seguito il recap dei contenuti ingestati e recepiti da Italia.it di cui soltanto due hanno beneficiato della pubblicazione.

vsulpiemonte.com/taicand4/taicand-108

Righe per pagina: 50 -

1 - 50 di 50 - [Precedenti](#) [Successive](#)

ID	TITOLO	T. TIPOLOGIA	DATA INIZIO	AZIONI
6076	Coppa del Mondo di Ski Alpina Femminile	event	24/9/2025	+
6279	CincoVita	event	24/9/2025	+
6470	Cerchia Cerimonia del Sapo Verde - Via delle Delle	event	24/9/2025	+
670	A Carnevale ogni sbocco vale!	long	24/9/2025	+
6275	PIRELLA GARDENS (sui paradisi)	place	24/9/2025	+
5330	Autunno, tempo di bilage in Piemonte	long	25/9/2024	+
3678	Superga Vecchio Cines - IWC	event	30/9/2024	+
5444	ART 558MA, INTERNAZIONALE D'ARTE CONTEMPORANEA	event	20/9/2024	+
415	NETO ATP FINALE 2024	event	30/9/2024	+
5300	PROF ITALIA 2024	event	20/9/2024	+
5368	Shesmo adozione della Fiera Internazionale del Turismo Sociale d'Alba	event	20/9/2024	+
520	Museo Egizio	place	20/9/2024	+
4230	Canelli speak - il teatro antico del Piemonte	long	22/9/2024	+
432	TERRA MADRE - SALONE DEL GUSTO 2024	event	24/9/2024	+
4015	XIV FESTIVAL INTERNAZIONALE ALESSANDRIA-BARDOCCA E NON SOLO...	event	24/9/2024	+
4303	COLLISIONE - IL FESTIVAL AORBIOSCK	event	24/9/2024	+
3550	SEDUTAGIA - 107 EDIZIONE, ARTE E NATURA IN FESTIVAL	event	24/9/2024	+
4151	STIRESA FESTIVAL 2024	event	24/9/2024	+

PARCHE	4151	STRESSA FESTIVAL 2024	eventi	21/06/2024	✓
EVENTI	4152	Montebello ex Stage	eventi	21/06/2024	✓
RISTORANTI	2057	Cammino del Santo Beato: Agliano Tossio - Cadinazzo Caluso	itinerary	21/06/2024	✓
PERMANENTE	4159	INACIO ALI DI MAGITTIME	place	21/06/2024	✓
ITINERARI	5439	Vie Stache di Montagna Linaia Cadorno, fer strada militare nella lega	itinerary	15/05/2024	✓
OFFERTE	3211	The Big Boom: la stagione dello sgombramento fluviale nel Bollate	eventi	26/05/2024	✓
ESPERIENZE	1026	I 20 comuni piemontesi "Campioni d'Europa" del vino	blog	15/05/2024	✓
TEM	104	Lighi	documentari	27/05/2024	✓
Libro d'attesa	468	SALONE INTERNAZIONALE DEL LIBRO DI TORINO - XXIV EDIZIONE	eventi	17/04/2024	✓
Eventi	2565	Vie Stache di Montagna Traccastro - Pissinetta Zegna	itinerary	17/04/2024	✓
MEDIA	3051	I 10 anni del Passaggio Villanovai di Langhe-Ruero e Monforte	blog	24/04/2024	✓
ALLEGATI	3056	Santo Spirito di Orsino	place	17/04/2024	✓
IMPOSTAZIONI	2262	Cammino di San Bovo	itinerary	09/03/2024	✓
PROFILO	696	MIRN - MUSEO REGIONALE DI SCIENZE NATURALI	place	09/03/2024	✓
	818	LA REGGIA DI VENEZIA REALE	place	09/03/2024	✓
	958	BASILICA DI MARIA AUSILIATRICE	place	09/03/2024	✓
	748	Basilica di Superga e Torbido Rinaldi di Casa Savoia	place	09/03/2024	✓
	2234	L'apertivo, il rito del "caper vivere" nato a Torino	blog	09/03/2024	✓
	2383	Cammino di San Bovo Chiesa 1 Santuario Maria Ausiliatrice - Basilica di Superga	itinerary	09/03/2024	✓
	499	ROBERT CAPA E GERDA TARDI: LA FOTOGRAFIA, L'AMORE, LA GUERRA	eventi	09/03/2024	✓
	429	I GRANDI MAESTRI DEL BAROCCO E CARAVAGGIO	eventi	09/03/2024	✓
	78	Il Cinema dei genitori e il digitale	blog	24/04/2024	✓

Si segnala, che l'architettura web relativa all'interfaccia degli "Articoli" per l'invio al TDH nel mese di giugno ha subito un cambiamento, oggetto di immediato aggiornamento da parte dell'agenzia Altrama.

Aggiornamenti

La piattaforma è oggetto di aggiornamento e cura quotidiana dal punto di vista tecnico operativo editoriale in collaborazione con le ATL piemontesi, la reazione di piemonteitalia.eu e in stretta collaborazione, ove richiesta con gli assessorati al Turismo, Cultura e Sport come pure Agricoltura e Cibo.

a18) Social Media System di Visit Piemonte

Sui profili **Instagram**, **Facebook**, **LinkedIn** e **TikTok** di Visit Piemonte sono stati condivisi numerosi contenuti social a supporto delle progettualità in corso, con l'obiettivo di rafforzare la brand awareness, promuovere il territorio e stimolare l'interazione con il pubblico.

Per la pubblicazione dei contenuti è stato prodotto un **PED - programma editoriale** che ha visto un'intensa attività sul social media system corporate e B2C. Ciascuna attività della Comunicazione, come anche quelle a supporto degli altri team e su indicazione della Regione Piemonte, è stata comunicata e promossa sui social accompagnando e valorizzando le progettualità in essere. Sono state inoltre pubblicate quotidianamente stories, sia autoprodotte che ricondivise dagli altri utenti.

Un esempio di PED relativo al mese di ottobre:

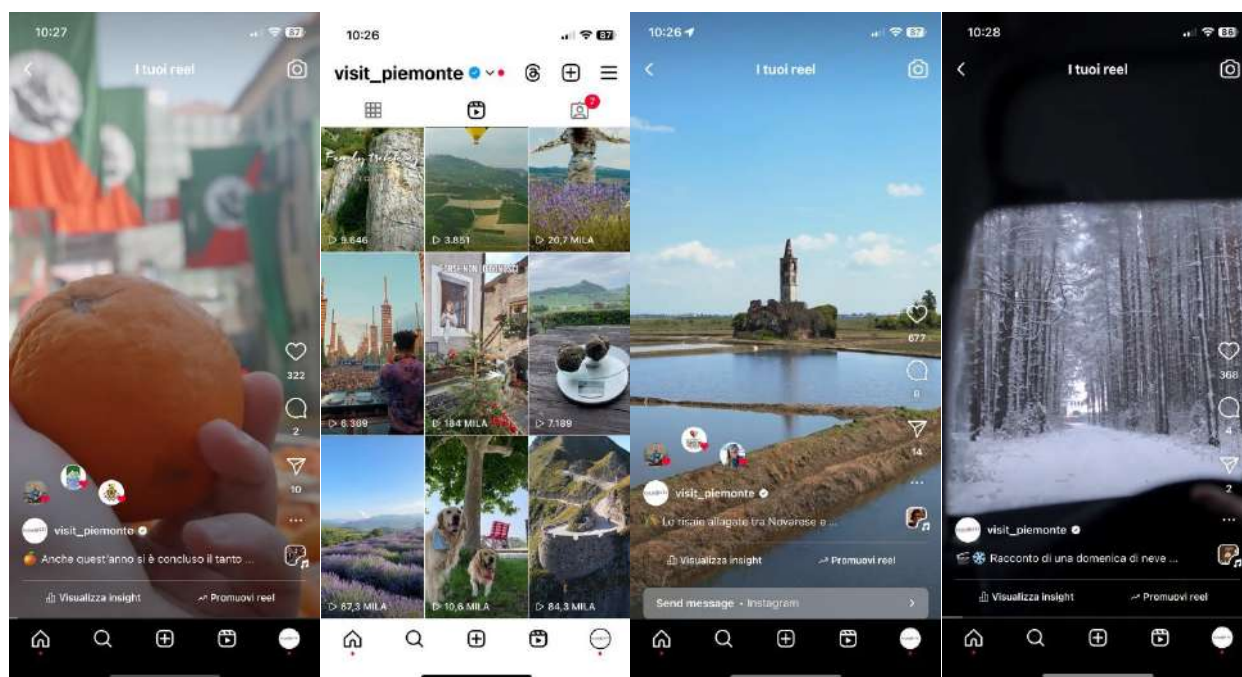
PED SOCIAL - VISIT PIEMONTE									
File Modifica Visualizza Inserisci Formato Dati Strumenti Estensioni Guida									
Menu 100% 123 Prede...									
MESE	SETTIMANA	GIORNO	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIK TOK	Com. MICE	NOTE	EVENTI IN PIEMONTE	
Ottobre	1 settimana	14/10						12 ott- 8 dicembre Fiera del Tartufo Bianco d'Alba	
		15/10	Post golf	Post golf					
		16/10	Post agri - castagne	Post agri - castagne					
		17/10	Post fiere del tartufo del weekend	Post fiere del tartufo del weekend					
		18/10							
	2 settimana	21/10	Accettata collab con Visit Cuneese per Fiera Calice e Bicchieri	Post Vendemmia Torino con eventi					
		22/10	Post golf	Post golf					
		23/10							
		24/10	Post premio Via Francigena	Post premio Via Francigena				25 ott Accensione Luci d'artista	
		25/10		Post agri - pere				26 ott - 16 nov Vendemmia Torino	
	3 settimana	28/10	Post Artissima Fair						
		29/10	Post programma eventi/iniziative ATP	Post golf				(29 ott. CS eventi ATP)	
		30/10		Post Artissima Fair		Post Convention Bureau Italia da rilanciare			
		31/10		Post fiere del tartufo del weekend					
		1/11	Post agri - zucca	Post agri - zucca				1-3 nov Calici e Forchette 1-3 nov Artissima	

Ad oggi sono stati realizzati:

- **Facebook B2C** @visitpiemonte → 217 post
- **Facebook B2B** @visitPiemonteDMO → 150 post
- **Instagram** @visit_piemonte → 245 post con quotidiana ricondivisione di stories, in cui il Piemonte è menzionato, e creazione di board ad hoc per iniziative speciali e progettualità di Visit Piemonte
- **LinkedIn** @visitpiemonte → 50 post

Produzione di video

Per favorire la crescita organica della pagina, sono stati prodotti numerosi video emozionali di interesse turistico per tutto il Piemonte, mettendo in luce spunti di viaggio ed evidenziando molti spot del territorio, per un totale di **50 Reel** curati direttamente da Visit Piemonte.



129

Contemporaneamente sono stati pubblicati 2/3 post a settimana per aggiornare il nostro pubblico su eventi, esperienze da fare, luoghi di interesse, itinerari e appuntamenti enogastronomici del Piemonte.

Tutti i canali social di Visit Piemonte hanno registrato un **incremento dei follower** prevalentemente organico, con alcuni momenti di crescita vivace grazie all'attivazione della campagna invernale e di alcune ADV mirate che hanno portato l'attenzione della fanbase sui contenuti viralizzati.

Progetto Eugenio In Via Di Gioia su TikTok

Visit Piemonte, a seguito dell'attività avviata con l'agenzia Consiste, incaricata per studiare un progetto di engagement legato al canale TikTok, ha collaborato con una band italiana, originaria del Piemonte, per la creazione di brani musicali dedicati alla nostra regione, la prima in Italia ad avere una vera e propria **Colonna sonora**, abbinata a un video-racconto evocativo del suo territorio.

La band coinvolta, è gli **Eugenio in via di Gioia**, gruppo con cinque dischi all'attivo e ormai 10 anni di carriera, novità della scena musicale italiana. Nascono come artisti di strada e reinterprestando la tradizione delle balere, dello Swing e del Folk italiano, fino ad arrivare al più recente Nu-folk e Indie Pop. Grazie ai loro originali progetti artistici, il gruppo ha fatto parlare di sé sui media nazionali molte volte.

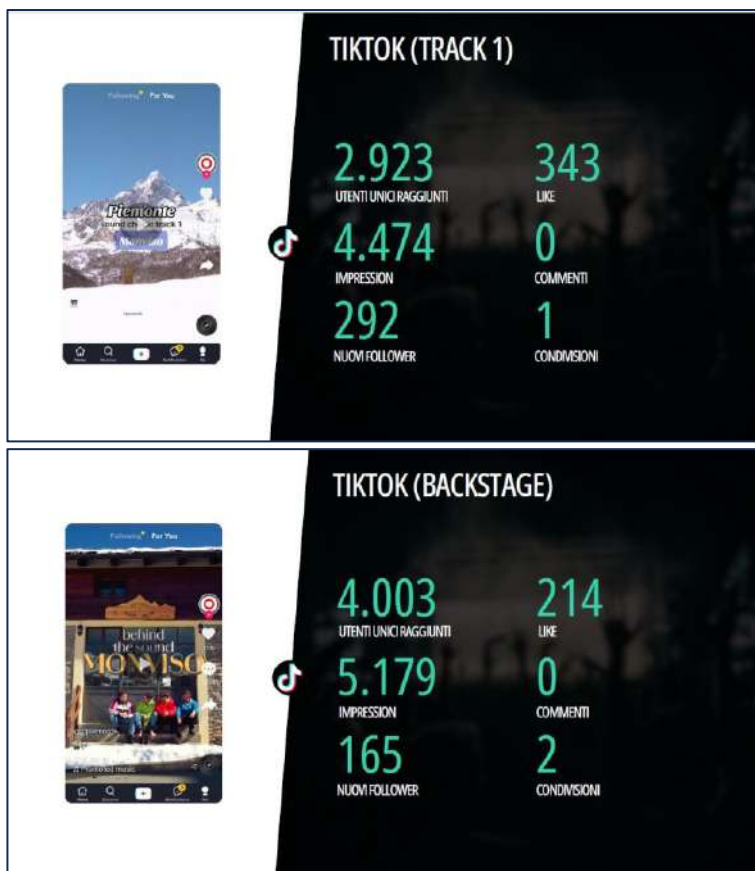


Ispirandosi a “Le quattro stagioni” di Vivaldi, la band ha composto quattro brani strumentali originali abbinandoli agli scenari unici del Piemonte del periodo invernale, primaverile, estivo e autunnale. Per veicolare i brani sul canale TikTok sono stati realizzati quattro video ufficiali con suggestive immagini dell’elemento naturale protagonista di ogni video, creando così un originale **storytelling**.

Per il lancio del progetto è stato pubblicato un primo video introduttivo del progetto sulla pagina TikTok degli Eugenio in Via di Gioia, in cui si intervistava Valerio Minato, fotografo di Torino molto conosciuto e rinomato per i suoi bellissimi scatti alle bellezze naturali e architettoniche del Piemonte, diventato virale proprio a febbraio per la sua fotografia alla luna dietro il Monviso, ripresa dalla Nasa. Il video è stato ripubblicato da Visit Piemonte sia su TikTok che su Instagram, per sfruttare la popolarità della pagina e catturare l’attenzione di un bacino più ampio di utenti.

Successivamente sono stati pubblicati i primi 2 video sulla pagina TikTok di Visit Piemonte con repost degli Eugenio in Via di Gioia (account da 87mila follower) e di Isidaurum, studente palermitano e videomaker con 27mila follower, famoso su TikTok per i suoi video su Torino.

- Primo video: INVERNO → tema montagna invernale, riprese al Monviso. Uscita video ufficiale il 14 febbraio 2024;



- Secondo video: PRIMAVERA → tema laghi, riprese sul Lago Maggiore e Lago d'Orta. Uscita video ufficiale il 24 aprile 2024;





- Terzo video: ESTATE → tema montagna estiva, riprese in Oasi Zegna, nel Biellese. Uscita video ufficiale il 5 luglio 2024;
- Quarto video: AUTUNNO → tema colline, riprese nelle Langhe tra La Morra e Barolo. Uscita video ufficiale il 29 novembre 2024;

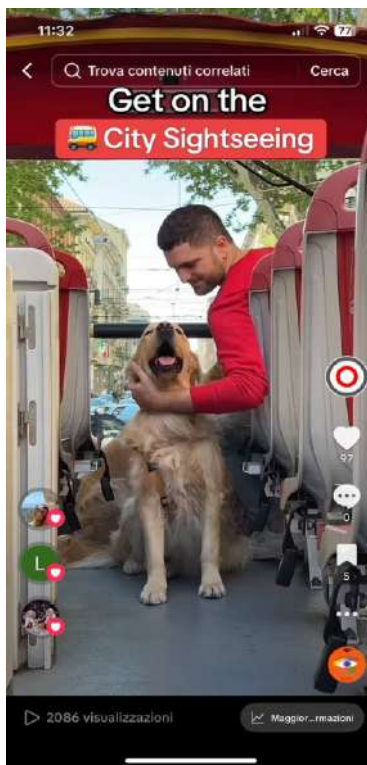
Per ogni video ufficiale è stato pubblicato un video backstage, per mostrare l'autenticità e spontaneità del progetto, e offrire un contenuto più "divertente", in linea con i codici decisamente ludici e di intrattenimento che gli utenti ricercano dalla piattaforma.

Piemonte Dog Friendly

Per l'anno 2024 Visit Piemonte ha sviluppato il prodotto "Dog Friendly" attraverso la produzione di video per le pagine Instagram e TikTok. I contenuti finora realizzati, diversificati per le due piattaforme di destinazione, hanno riguardato:



- **Lago d'Orta:** dal Sacro Monte al giro in battello per raggiungere l'Isola di San Giulio, dopo una passeggiata tra le vie di Orta;
- **Torino:** un giro sul City Sightseeing per raggiungere il MAUTO – Museo dell'Automobile, poi visita alla Palazzina di Caccia di Stupinigi e alle mostre fotografiche di CAMERA;



133

- **Borghi del Novarese:** dal Museo Civico Etnografico Archeologico Fanchini di Oleggio, al Ricetto di Ghemme, una sosta alla panchina gigante di Barengo e una visita all'Abbazia dei Santi di Nazario e Celso;



- **Vercellese:** Una passeggiata a Gattinara per raggiungere la Torre delle Castelle e la Panchina gigante, poi visita al complesso medievale del Principato di Lucedio.

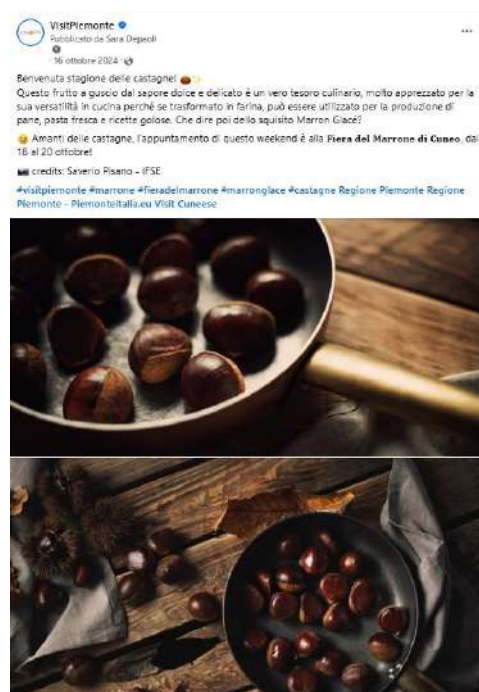


- **Biella:** dalla visita a Palazzo Gromo Losa e Palazzo Ferrero nel cuore del borgo medievale raggiunto con la funicolare, al MeBo Museum, il museo della birra e del formaggio per scoprire la storia di due grandi aziende biellesi. Infine tappa al Santuario di Oropa.



Contenuti Piemonte Agri e Fieramente

In collaborazione con il Team Marketing che ha predisposto il piano editoriale, abbiamo pubblicato sulle nostre pagine social un post a settimana dedicato ai prodotti PAT del Piemonte, eccellenze enogastronomiche del nostro territorio. Protagonista ogni settimana un prodotto diverso, a cui abbiamo dato rilevanza pubblicando foto di qualità accompagnate da un testo accattivante e qualche curiosità.



Inoltre, ogni mese sono stati pubblicati i post relativi al progetto “Fieramente in Piemonte, piccole sagre grandi prodotti”, per promuovere una selezione di sagre e fiere locali per invitare gli utenti a scoprire dal vivo la ricca produzione enogastronomica della nostra regione.



Golf in Piemonte

In collaborazione con il Team Marketing di Visit Piemonte che ha lavorato alla promozione del golf, è stata preparata una programmazione social che ha visto la pubblicazione di 24 post organici sui profili Facebook e Instagram dal 19/07 al 29/10. Alle foto di alta qualità dei campi golfistici piemontesi è stato abbinato un testo per valorizzare le peculiarità di ciascun campo, evidenziandone le caratteristiche paesaggistiche, tecniche e turistiche. È stata inoltre avviata una campagna social con obiettivo traffico al sito sulla landing page dedicata di visitpiemonte.com

PIEMONTE SOCIAL MEDIA PLANNER 2024									
File: Identifica Visualizza Inserisci Formati Grafici Commenti Condividi Guida									
Menu									
MT	DATA	POST TEST	ADVERT	SCHEDULE	POST SCHEDULE	ITALIAN TEXT	TAGS (NOT FOR THE DARK ADS)	POST IMAGE	
1									
2									
3	10/1	10/1			10/1	10/1			
4									
5	10/2	10/2			10/2	10/2			
6									
7	10/3	10/3			10/3	10/3			
8									
9	10/4	10/4			10/4	10/4			
10									
11	10/5	10/5			10/5	10/5			
12									
13	10/6	10/6			10/6	10/6			
14									
15	10/7	10/7			10/7	10/7			
16									
17	10/8	10/8			10/8	10/8			
18									
19	10/9	10/9			10/9	10/9			
20									
21	10/10	10/10			10/10	10/10			
22									
23	10/11	10/11			10/11	10/11			
24									
25	10/12	10/12			10/12	10/12			
26									
27	10/13	10/13			10/13	10/13			
28									
29	10/14	10/14			10/14	10/14			
30									
31	10/15	10/15			10/15	10/15			
32									
33	10/16	10/16			10/16	10/16			
34									
35	10/17	10/17			10/17	10/17			
36									
37	10/18	10/18			10/18	10/18			
38									
39	10/19	10/19			10/19	10/19			
40									
41	10/20	10/20			10/20	10/20			
42									
43	10/21	10/21			10/21	10/21			
44									
45	10/22	10/22			10/22	10/22			
46									
47	10/23	10/23			10/23	10/23			
48									
49	10/24	10/24			10/24	10/24			
50									
51	10/25	10/25			10/25	10/25			
52									
53	10/26	10/26			10/26	10/26			
54									
55	10/27	10/27			10/27	10/27			
56									
57	10/28	10/28			10/28	10/28			
58									
59	10/29	10/29			10/29	10/29			
60									
61	10/30	10/30			10/30	10/30			
62									
63	10/31	10/31			10/31	10/31			
64									
65	11/1	11/1			11/1	11/1			
66									
67	11/2	11/2			11/2	11/2			
68									
69	11/3	11/3			11/3	11/3			
70									
71	11/4	11/4			11/4	11/4			
72									
73	11/5	11/5			11/5	11/5			
74									
75	11/6	11/6			11/6	11/6			
76									
77	11/7	11/7			11/7	11/7			
78									
79	11/8	11/8			11/8	11/8			
80									
81	11/9	11/9			11/9	11/9			
82									
83	11/10	11/10			11/10	11/10			
84									
85	11/11	11/11			11/11	11/11			
86									
87	11/12	11/12			11/12	11/12			
88									
89	11/13	11/13			11/13	11/13			
90									
91	11/14	11/14			11/14	11/14			
92									
93	11/15	11/15			11/15	11/15			
94									
95	11/16	11/16			11/16	11/16			
96									
97	11/17	11/17			11/17	11/17			
98									
99	11/18	11/18			11/18	11/18			
100									



VisitPiemonte
Pubblicato da Alex Nanni
13 settembre 2024

A soli 25 minuti dal cuore di Torino, il Royal Park i Rorari ha ospitato ben 4 Italian Open e oggi offre agli appassionati 26 buche in una verdissima cornice. Con una miriade di attrazioni storiche e culturali, shopping, enoteche e ristoranti, Torino offre il perfetto connubio tra golf da campionato e vivace vita urbana.

Royal Park i Rorari - Golf Club Royal Park i Rorari
Scopri di più: <https://www.visitpiemonte.com/blog/royal-park-i-rorari>

Analizziamone Royal Golf i Rorari: la migliore esperienza di golf in Piemonte. Regione Piemonte - Piemontaitalia.eu Golf Club Royal Park i Rorari Turismo Torino e Provincia



VisitPiemonte
Pubblicato da Sara Diopoli
13 settembre 2024

Castelcortina è tra le mete golfistiche più ambite del nord Italia, con un clubhouse dallo stile britannico che offre un'esperienza di gusto unico. Rimanetci attaccato alle sue spiccate arie, che ti regalerà un rilassante soggiorno in una delle sue 16 camere arredate con colori eleganti.

Golf Club Castelcortina - Golf Club Castelcortina
Scopri di più: <https://www.visitpiemonte.com/blog/golf-club-castelcortina>

Analizziamone Royal Golf i Rorari: la migliore esperienza di golf in Piemonte. Regione Piemonte - Piemontaitalia.eu Golf Club Castelcortina Golf Club Castelcortina Agenzia Turistica Locale Novaresa



VisitPiemonte
Pubblicato da Alex Nanni
13 settembre 2024

Servonati al Golf Club Biella - La Betulia, un gioiello del golf italiano. Con ben 18 riconoscimenti come miglior campo di Italia dalla prestigiosa rivista "Il Mondo del Golf", ha ospitato alcuni degli eventi più importanti della disciplina ed è il green amato da campioni internazionali come Rory McIlroy e Guido Migliozzi.

Se ami il golf e cerchi una sfida che metta alla prova i migliori battitori di pala, La Betulia è il posto giusto per lei. Preserai a giocare sul campo che ha fatto la storia del golf italiano.

Golf Club Biella La Betulia - Golf Club Biella La Betulia
Scopri di più: <https://www.visitpiemonte.com/blog/golf-club-biella>

Analizziamone Royal Golf i Rorari: la migliore esperienza di golf in Piemonte. Regione Piemonte - Piemontaitalia.eu Golf Club Biella La Betulia Turismo Torino



Gestione richieste di collaborazione

Per tenere traccia di tutte le richieste di collaborazione da parte di influencer, creator e agenzie che ci contattano ogni giorno, è stato creato un file Excel per semplificare il monitoraggio e la ricerca di queste figure in caso di utilizzo per le progettualità in corso che ne necessitano. Questa attività viene svolta settimanalmente o al bisogno.

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Nome	Nickname	IG - follower	TIKTok	YouTube	Target	Contatti	Note
1	Rosa e Luigi	Destinazioneovunque	5k	1k	no	25-45 anni, residenti in Italia	destinazioneovunque90@gmail.com	Hanno 24 e 26 anni e vivono in Basso Piemonte. Raccontano esperienze insolite e itinerari di un weekend.
2	Valentina e Salvatore	ValeandSa	592	no	https://www.youtube.com/@ValeandSa/videos	25-54 anni, interessati ai viaggi	valeandsa@gmail.com +39 3515906588	Youtuber, il loro canale conta oltre 260.000 visualizzazioni e 3.100 iscritti (80% in Italia)
3	Gaël Bassetto (Blogger)	La tavola di Gaël	30k	333	no	Pubblico francofono (Francia e Belgio)	clao@latavoladugaël.com	Link al blog
4	Franco Voglino e Annalisa Porporato	LE VIE STORICHE ALPINE DEL PIEMONTE A PIEDI				collab con VANITY FAIR + guida editore https://www.edizionidolcapricorn.p.it/ distribuito come collaterale al quotidiano La Stampa e quotidiani del gruppo GEDI		Richiesta: 14 pernottamenti gratuito in mezza pensione + pranzo al sacco per 2 persone + rimborso spese di viaggio, stimato in € 700 (pedaggi autostradali + carburante), per ogni percorso potremo fornirvi il seguente materiale: testi emozionali immagini in alta risoluzione tracce gps
5	Claudia e Mattia	2 cuori in viaggio	52k	20k	no	25-54 anni, residenti in Italia, principalmente donne	2cuorimiviaggio@gmail.com +39351941130	Sono blogger, fotografi e creator in ambito turistico (già usati per il wedding). Vivono tra Bali e Italia.
6	Mattia Marasco	mattiamarasco	42k	4k	no	Turismo lento, rispettoso della natura e dog friendly	mattia.marasco@gmail.com www.mattiamarasco.it	Fotografo e Content Creator
7	Sara e Andrea	Bazatravel	286k	99k	4k	25-54 anni, maggiormente uomini Italiani (Roma-Milano-Torino)	bazatravel.bz@gmail.com	Organizzatori di viaggi e Content creator. Nei loro video danno tips e tutorial di viaggio. Animal Friendly (hanno un cane e un gatto che portano spesso nei loro viaggi in camper), esperienze adrenaliniche.
8	Carina Baldauf	The urban kids	11k	no	no	Famiglie con bambini che amano viaggiare. (Germany based)	carina@theurbankids.com	Family influencer della Germania. Consigliano luoghi di viaggio, tips, ristoranti ecc. in cui poter andare con i bambini, promuovono viaggi: eco-friendly e sostenibili. Hanno anche un blog con cui raggiungono 35.000 visitatori al mese
9	Helena e Matteo	Tripfitness753	106k	3k	963 iscritti - 141.000 views	25-54 anni, maggiormente donne (66%) italiane.	tripfitness753@gmail.com	Lei SWM e lui fotografo, insieme fanno i travel influencer - destinazioni da visitare, hotel di lusso, attività insolite (soprattutto Arabia Saudita).
10								Ha un blog travelsbeer.com su cui racconta i suoi viaggi in bici. Fa il tour leader e blogger, vive ad Angera sulla

a19) 20a edizione di Connect Aviation Route Development Forum – Azioni di comunicazione a supporto.

La 20° edizione di Connect Aviation Route Development Forum, la business convention dell'aviazione, si è svolta a Torino presso il Lingotto Fiere dal 7 al 9 febbraio. L'evento ha visto la partecipazione di oltre 700 decisori del settore, più di 80 compagnie aeree internazionali e 300 rappresentanti di aeroporti da tutto il mondo che hanno incontrato oltre 70 aziende piemontesi di settori quali l'agroalimentare, i servizi ambientali e la mobilità, l'ICT. L'edizione 2024, organizzata a livello internazionale da The Airport Agency, società con sede in Francia, è stata realizzata grazie al sostegno della Regione Piemonte, in collaborazione con le Camere di Commercio di Torino e Cuneo attraverso Unioncamere Piemonte, e gestita da Visit Piemonte. L'area Comunicazione ha supportato l'area Trade, Fiere, Eventi internazionali per l'allestimento della sede, con la ricerca di immagini fotografiche e video coinvolgenti, in rappresentanza di tutti gli asset turistici, culturali del Piemonte come pure le eccellenze industriali e artigianali che assurgono a brand ambassador internazionali del nostro territorio.



Visit Piemonte ha supportato l'evento con una copertura "live coverage" sui social media (Facebook, Instagram e LinkedIn).

a20) Una Montagna di Esperienze: turismo sostenibile sul sentiero Italia CAI in Piemonte

Premessa

Il progetto, classificato al terzo posto a livello nazionale nell'ambito del Bando PSC "Montagna Italia" del Ministero del Turismo, vede come capofila il Consorzio Turistico Valle Maira insieme ad altri sette consorzi turistici della montagna piemontese: Conitours, Bardonecchia, Fortur, Valli di Lanzo, Valli del Canavese, Alpi Biellesi, Valsesia Monterosa, con partner pubblici la Regione Piemonte e il CAI Piemonte e 28 enti montani (27 unioni montane e un comune) che hanno formalmente espresso interesse allo sviluppo e alla realizzazione del progetto stesso.

Questa iniziativa rappresenta una novità perché vede, per la prima volta, i Consorzi uniti per valorizzare e posizionare l'offerta della montagna piemontese. Attraverso il fil rouge del Sentiero Italia - itinerario escursionistico nazionale promosso dal Club Alpino Italiano, che ripercorre il tracciato della Grande Traversata delle Alpi (GTA), con 69 tappe e 11 varianti, attraversa da Nord a Sud l'intero arco alpino piemontese - si pone come obiettivo di favorire la valorizzazione delle località più interne, meno note ma non per questo meno attrattive, promuovendo la destagionalizzazione, attraverso un racconto che ha come focus l'identità ambientale, culturale e produttiva tipica. Il progetto a carattere partecipativo, prevede il coinvolgimento diretto delle comunità, e ha come fine lo sviluppo del turismo Outdoor in chiave sostenibile, è strutturato in 7 macro azioni che si declinano poi in 34 azioni puntuali sui territori.

Visit Piemonte, in questo contesto, è stato coinvolto come fornitore di servizi a supporto della promozione e comunicazione legata alle diverse fasi e azioni in programma.

a19. 1) Azioni di promozione e comunicazione realizzate

Visit Piemonte ha predisposto un piano dettagliato con le attività da attuare e relativo cronoprogramma, frutto di interlocuzioni e incontri con i referenti di progetto e anche in linea con quanto concordato con Regione Piemonte.

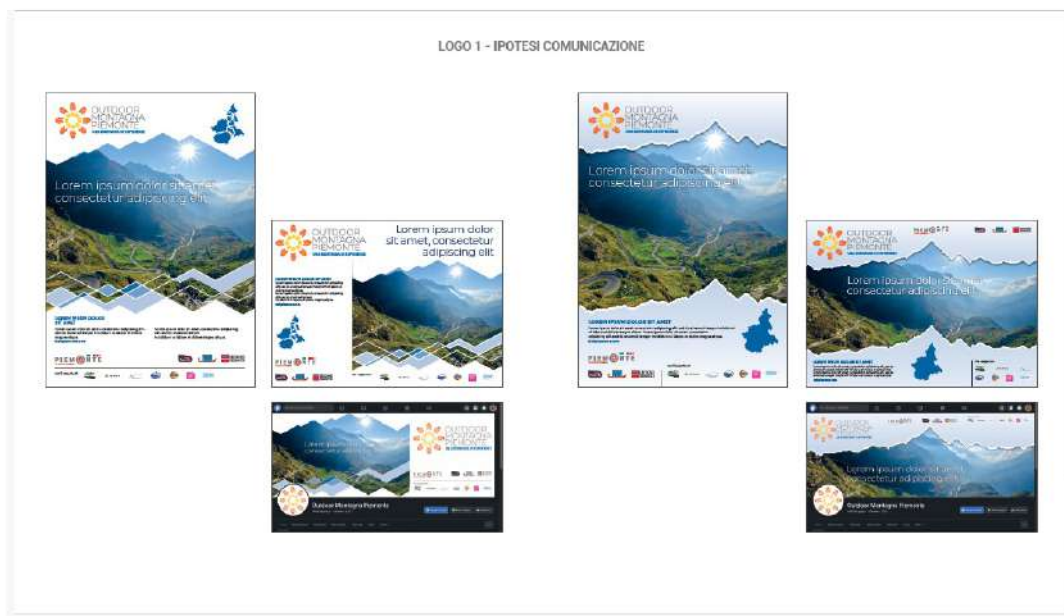
	2024	2025											
Azione	Dicembre	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
Realizzazione del logo di progetto													
Realizzazione e implementazione del visual di progetto													
Studio e realizzazione dell'interoperabilità tra i portali dei Consorzi vs visitpiemonte.com													
Release della landing page di progetto "Una Montagna di esperienze" su visitpiemonte.com (la release on line è subordinata alla completezza e alla tempistica di consegna dei contenuti da parte vostra)													
Caricamento dei pacchetti esperienze turistiche in interoperabilità (il database sarà di anno a anno l'offerta attiva cartacea e attiva, mentre a luglio sarà possibile caricare le esperienze autunnali. Si può anche pensare a esperienze invernali con ciaspole, Fat Bike o altro.)													
Realizzazione della Cartella Stampa digitale, destinata con grafica di progetto, composta da immagini dei singoli territori. I contenuti potranno essere aggiornati (con declinazioni a seconda della stagione. (Per poter partire è necessario che riceviamo un contenuto riassuntivo su tutto il progetto e dettagli sulle diverse iniziative per iniziare a impostare un taglio la primavera / estate e poi a seguito autunno ed eventuale inverno.)													
Avvio delle azioni PR sul mercato Italia ed Esteri obiettivo DIACH, Francia e Banalux (a fronte degli ultimi dati pervenuti dall'Osservatorio Regionale).													
Avvio della campagna di promozione digital su piattaforma "Fun Point" sul mercato Italia, DIACH, Francia e Banalux (la partenza è subordinata alla completezza e alla tempistica di consegna dei contenuti).													
Realizzazione di una serie iniziative editoriali digital verticali su portali autorevoli di Outdoor, Travel e Sport rivolti al mercato Italia.													
Avvio campagna sul social media system di Visit Piemonte con un piano di promozione organico volto alla promozione delle esperienze cartacee.													
Raccolta report e relazione conclusiva con rendicontazione.													

Le attività previste e in fase di realizzazione oggetto dell'incarico sono le seguenti:

- **Realizzazione di un visual di comunicazione comune per l'offerta turistica outdoor di tutta la montagna piemontese** e le relative declinazioni grafiche, nell'ottica di comunicare il prodotto outdoor montano piemontese nelle sue articolazioni, i singoli itinerari che lo caratterizzano, le esperienze collegate come pure il progetto stesso. Saranno studiate le declinazioni per i seguenti formati:

- logo di progetto e le sue applicazioni;
- Display e grafiche ad hoc per la comunicazione di progetto, in formato orizzontale per inviti e presentazioni;
- tabellari per la stampa tradizionale e magazine con declinazioni territoriali o di prodotto turistico da concordare (prodotto family, for all, sport active);
- attività leisure o altro;
- banner e animazioni cross device declinati per i portali editoriali selezionati e di progetto;
- formati per campagna social su Facebook e Instagram (social card e stories).
- Gli adattamenti prevedono le declinazioni a coprire le attività e le uscite editoriali previste dalla pianificazione che sarà concordata.





- **Iniziative stampa e PR rivolte ai mercati obiettivo italiano ed esteri individuati in: DACH, UK, Francia e Benelux.**

Visit Piemonte andrà a realizzare un'informazione capillare, mirata e continuativa rivolta ai media online e offline generalisti e specializzati in turismo, outdoor, lifestyle, mirata a diffondere un'immagine attraente dei territori coinvolti rispetto alla fruizione outdoor a vari livelli e l'accesso ad esperienze destagionalizzate rivolte a famiglie, coppie, gruppi. Si prevede la:

Realizzazione della cartella stampa digitale;

- **Digitalizzazione dell'offerta e dell'accoglienza attraverso l'interoperabilità**, dei singoli siti dei Consorzi con Visit Piemonte e con il TDH www.italia.it;
- Predisposizione di una Campagna di promozione digital.

a21) Grafica Stand, ricerca immagini e promozione eventi

L'area comunicazione ha anche supportato l'area Trade, Fiere, Eventi internazionali, Sport, Marketing e la Regione Piemonte per la ricerca di immagini, supporto alla realizzazione grafica e sicurezza dello stand, predisposizione video, in linea con la comunicazione istituzionale, predisposizione di materiali da spedire per la diffusione in fiera e ad alcuni eventi strategici, e presenza ove necessario. Tra i più importanti segnaliamo:

- **Vakantiebeurs** a Utrecht, 11/14 gennaio 2024;
- **FITUR** a Madrid, 24/28 gennaio 2024;
- **BIT** a Milano, 4/6 febbraio 2024;
- **ITB** a Berlino, 5/7 marzo 2024;
- **Fa la Cosa Giusta** a Milano, 22/24 marzo 2024;
- **Salon du Randonneur** a Lione, 24/26 marzo 2024;

- **WTE a Genova, 12/14 2024:**
- **Salone del Gusto a Torino, 26/30 settembre 2024;**
- **TTG Italia a Rimini, 9/11 ottobre 2024.**



TEAM TRADE, FIERE E EVENTI INTERNAZIONALI

a) FIERE E EVENTI DI PROMOZIONE INTERNAZIONALE

a1) Vakantiebeurs Utrecht - 11/14 gennaio 2024

La fiera Vakantiebeurs di Utrecht è la principale manifestazione B2C olandese dedicata al turismo leisure, active e outdoor. L'edizione 2024 ha visto la partecipazione di 1000 espositori e di più di 100 Paesi con una partecipazione di più di 71.000 visitatori.

Il Piemonte ha partecipato a quest'appuntamento all'interno dello spazio ENIT-Agenzia Nazionale del Turismo con uno spazio di 35mq.

Visit Piemonte ha coordinato la presenza delle Agenzie Turistiche Locali (ATL) di Alexala, del Cuneese, l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, e di Turismo Torino e Provincia che hanno potuto presentare ai potenziali turisti le peculiarità e le novità del territorio di loro competenza.

Per migliorare l'efficacia della partecipazione istituzionale, è stata data l'opportunità di partecipare alla fiera anche ai consorzi turistici del territorio, offrendo ai clienti un'offerta di visita più completa e integrata. L'occasione è stata raccolta dal Consorzio Fortur, dal Consorzio Conitours e dal Consorzio Valle Maira che sono stati posizionati visino alle ATL di competenza territoriale.

I materiali cartacei di promozione del territorio hanno avuto molto successo tra il pubblico, specialmente le cartine del territorio e quelle degli itinerari bici e trekking.

144



a2) Fitur Madrid, 24/28 gennaio 2024

La Feria Internacional de Turismo (FITUR) di Madrid è la manifestazione di punta per le professionalità del settore turistico spagnolo, evento imperdibile per gli operatori italiani interessati a incrementare il business con il mercato spagnolo. Si tratta inoltre di una piattaforma unica in cui le destinazioni possono presentare novità e innovazioni dell'offerta ed intercettare i trend più in voga tra gli appassionati di viaggio della Spagna.

Per la prima volta dopo diversi anni di assenza, il Piemonte ha partecipato attivamente a FITUR Madrid 2024 con uno stand di 30 mq. Visit Piemonte ha gestito e coordinato la presenza della regione all'interno dell'area Italia, organizzata da ENIT. Lo stand ha ospitato sei postazioni per Consorzi Turistici, Tour Operator, Agenzie di Viaggio e strutture ricettive che hanno aderito all'iniziativa, oltre a un front desk dove le ATL (Agenzie Turistiche Locali) hanno potuto promuovere l'offerta turistica del territorio piemontese.

Le Agenzie Turistiche Locali che hanno partecipato alla fiera sono le seguenti:

- Turismo Torino e Provincia
- Distretto turistico dei laghi

ATL del Cuneese



a3) Connect – Route Development Forum

CONNECT 2024 - The 20th Route Development Forum, uno degli eventi più prestigiosi dedicati allo sviluppo delle rotte aeree internazionali, si è svolto a Torino dal 7 al 9 febbraio 2024 presso Lingotto Fiere.

Questo importante forum ha riunito compagnie aeree, aeroporti, autorità turistiche e rappresentanti dell'industria dell'aviazione da tutto il mondo per discutere nuove opportunità di collegamenti aerei e rafforzare le reti di trasporto globale. Con un programma ricco di conferenze, workshop e incontri B2B, CONNECT 2024 ha offerto ai partecipanti una piattaforma unica per pianificare future rotte, esplorare partnership strategiche e confrontarsi sulle tendenze emergenti del settore.

Visit Piemonte ha curato tutti gli aspetti organizzativi che hanno portato al successo dell'evento, da quelli relativi alla venue selezionata per l'evento, ai momenti serali come welcome cocktail e cena di gala, fino alla proposta di escursioni sui territori delle ATL regionali.

Di seguito un riassunto di quanto fatto in per i diversi momenti previsti in programma.

a3.1) Venue

L'evento Connect Route Development Forum si è tenuto presso il Padiglione 1 di Lingotto Fiere. La planimetria ha visto la disposizione dei seguenti spazi:

- n. 1 area accoglienza/accredito con guardaroba;
- n. 1 area catering per il servizio dei pranzi;
- n. 1 area Piemonte con desk istituzionale della Regione Piemonte, Unioncamere e Visit Piemonte e con n. 12 postazioni a disposizione degli aeroporti di Torino e di Cuneo, delle ATL, del Consorzio delle Residenze Reali, dei Golf Club piemontesi, dei comprensori sciistici e di Ceipiemonte;
- n. 2 aree per gli incontri B2B;
- n. 1 sala dedicata agli incontri del vettore Ryanair;
- n. 1 area espositori per ospitare gli stand di The Airport Agency e dei loro partner;
- n. 4 aree caffè (di cui 2 posizionate all'interno dell'area Piemonte) e numerose aree relax.

Per creare un ambiente accogliente, ricercato e personalizzato, in grado di comunicare ai partecipanti la grande tradizione manifatturiera di alta gamma e del design piemontese, oltre che la ricchezza del patrimonio artistico-culturale, l'allestimento è stato arricchito con la realizzazione di una zona dedicata al tessile del biellese, grazie a un accordo di comodato gratuito con la Fondazione Istituto Tecnologico Superiore Tessile Abbigliamento Moda (ITS TAM) di Biella.

Grazie a un ulteriore accordo di comodato gratuito con l'artista piemontese Diego Maria Gugliermetto, sono stati posizionati numerosi elementi di arredo di design, pezzi iconici della tradizione artigianale del territorio, rivisti in chiave moderna e pop. Dal divano tavoletta di cioccolato, alle lattine con fantasia firmata da Ugo Nespolo, alle poltrone tappo di vino.

Inoltre, sono state posizionate n. 2 statue in vetroresina di proprietà della Fondazione Museo delle Antichità Egizie di Torino – Ramesse II e Sekhmet – per celebrare il bicentenario di apertura del Museo più antico, a livello mondiale, interamente dedicato alla civiltà del Nilo. I costi dell'operazione sono relativi al trasporto e alla copertura assicurativa dei beni.

Infine, è stata esposta una selezione di foto della mostra fotografica delle Residenze Sabaude piemontesi, grazie alla collaborazione con il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude.

Per quanto concerne la grafica, è stata predisposta un'impaginazione ufficiale dell'evento che ha integrato colori e loghi di Regione Piemonte, dei partner istituzionali e di The Airport Agency con realizzazione dei relativi esecutivi di stampa.

Per sfruttare al meglio questo evento, si è deciso di promuovere il nostro territorio con le sue tipicità e tradizioni attraverso delle animazioni folcloristiche e delle degustazioni enogastronomiche.

Le degustazioni di prodotti tipici piemontesi, offerti dalle ATL piemontesi, sono state proposte ai partecipanti durante le tre giornate in occasione dei 3 break organizzati nell'area caffè del Piemonte.



a3.2) Eventi serali

Per organizzare la serata inaugurale all'evento di Connect il 7 febbraio, è stata scelta la sede del Teatro Regio di Torino.

Nel foyer all'ingresso è stata allestita un'area dedicata alla degustazione di vini piemontesi e di gorgonzola.

La cena è stata servita dopo il discorso iniziale di benvenuto dell'Assessore Vittoria Poggio e del Direttore Artistico del teatro, Cristiano Sandri, e dopo una breve performance artistica con musicisti e cantanti del Regio Ensemble.

La cena di gala dell'8 febbraio, organizzata nell'ambito di CONNECT 2024 per i 700 ospiti presenti, si è svolta presso la Reggia di Venaria.

La serata è iniziata nella Galleria Grande con un aperitivo di benvenuto: 10 postazioni buffet e altrettante in buvette per offrire agli ospiti una selezione di vini piemontesi, cocktail analcolici, tartine, bigné e mini croissant, mentre gli ospiti potevano socializzare attorno ai tavoli Mangia in Piedi.

Successivamente, la cena si è svolta nella Citroniera, dove sono stati allestiti 70 tavoli rotondi decorati con centrotavola, offrendo una cena di tre portate che ha celebrato i sapori della tradizione piemontese. Il menù, accompagnato da vini rossi e bianchi locali, comprendeva un primo, un secondo e un dessert tipici della regione.

A conclusione della cena, un DJ ha intrattenuto gli ospiti con musica dal vivo, contribuendo a creare un'atmosfera coinvolgente. Durante l'aperitivo, il Quartetto d'Archi Regio Itinerante ha deliziato gli invitati con

un raffinato repertorio di musica classica, contribuendo a rendere l'accoglienza ancora più suggestiva. Nei giardini della Reggia, la mongolfiera brandizzata "Piemonte" è stata allestita come elemento iconico della serata.



a3.3) Trasporti e hotel

Per l'evento del 5-10 febbraio 2024, l'azienda "Nuova Benese" ha gestito i trasferimenti. Sono stati previsti:

1. **Arrivi e partenze:** Transfer dagli aeroporti di Torino e Cuneo agli hotel convenzionati per i giorni 5, 6, 9 e 10 febbraio, con raggruppamenti basati sugli orari di arrivo e partenza.
2. **Eventi serali:** Transfer il 7 febbraio al Teatro Regio e l'8 febbraio alla Reggia di Venaria. Per il Teatro Regio, solo da hotel in zona Lingotto; per la Reggia di Venaria, bus ogni 10 minuti da Lingotto e dal centro.
3. **VIP:** NCC dedicati per Air Arabia e un minibus privato per Ryanair durante il soggiorno.
4. **Escursioni:** Transfer per escursioni in Piemonte, con partenza e ritorno dagli hotel convenzionati.

Per l'ospitalità, Regione Piemonte ha coperto il costo degli hotel per le compagnie aeree, per un totale di circa 540 notti. Gli hotel selezionati sono AC Hotel, NH Lingotto, Hotel Sitea e Starhotels Majestic. Sono state ospitate circa 150 persone di 70 compagnie aeree. I pagamenti degli hotel sono stati effettuati in più tranche. Inoltre, Regione Piemonte ha coperto il costo dei voli per almeno 10 compagnie aeree, acquistando 31 biglietti tra dicembre 2023 e gennaio 2024.

a3.4) Comunicazione

Per l'evento CONNECT 2024, Visit Piemonte ha curato due aspetti principali della comunicazione:

Ufficio Stampa e Media Relations: Visit Piemonte ha collaborato con Regione Piemonte e altri partner per definire una strategia media, redigere comunicati stampa e gestire le interviste. Hanno promosso l'evento attraverso media on e offline, ottenendo 82 articoli con una revenue economica di € 587.758 e un reach totale di 4.010.053. La copertura è stata prevalentemente positiva.

Produzione Audiovisiva: Visit Piemonte, con il supporto di un fornitore esterno, ha documentato l'evento con video e foto, coprendo conferenze, cene e escursioni. Hanno prodotto 10 videoclip giornalistici, 3 video emozionali, 11 video pillole e 113 immagini, creando una banca completa di contenuti visivi.

a3.4) Escursioni

Visit Piemonte, con l'ausilio di ATL, Consorzi e altri attori locali, ha organizzato alcune escursioni giornaliere sul territorio piemontese finalizzate alla scoperta delle più note risorse ed esperienze turistiche dell'offerta regionale. Visit Piemonte ha coinvolto le ATL nella proposta di un numero adeguato escursioni, attraverso la redazione di un form digitale con cui è stato possibile raccogliere gli itinerari.

Le iscrizioni alle varie escursioni sono state aperte e gestite direttamente dalla piattaforma "welcome.connect-aviation.com". Si è previsto un massimo di 25 partecipanti per escursione, in modo da permettere un'esperienza piacevole a tutti.

149

Martedì 6 febbraio 2024:

- **Sci nella Valsesia:** 8 partecipanti hanno trascorso la giornata sciando o praticando snowboard, con pranzo tipico in un ristorante locale.
- **Montagne di Torino, Bardonecchia:** 12 partecipanti hanno provato l'Alpine Coaster e poi hanno scelto tra sci o ciaspole, con pranzo in un ristorante caratteristico.
- **Sci, relax e shopping a Limone Piemonte:** 18 partecipanti hanno sciato al mattino, esplorato Limone Piemonte e poi si sono rilassati in una spa.
- **Visita dei musei reali:** 18 partecipanti hanno esplorato il centro storico di Torino e visitato i musei reali, concludendo con la Merenda Reale®.
- **Visita del Museo Egizio:** 13 partecipanti hanno scoperto i reperti dell'antico Egitto e gustato la Merenda Reale®.
- **Visita del Museo Nazionale dell'Automobile:** 23 partecipanti hanno esplorato il museo e degustato vermut di alta qualità presso il Green Pea.

Venerdì 9 febbraio 2024:

- **Arte e gastronomia a Mondovì:** 15 partecipanti hanno visitato il Santuario di Vicoforte, il Salumificio Marchisio e cenato con specialità locali.
- **Sapori e odori a Savigliano:** 8 partecipanti hanno creato profumi personali al MUSES, visitato la Gipsoteca Calandra e cenato con piatti tipici.
- **Eccellenze gastronomiche nelle Langhe Roero e Monferrato:** 27 partecipanti hanno visitato un produttore di nocciole, il Museo Ruché e partecipato a una Merenda Sinoira.

- **Espresso Torino:** 17 partecipanti hanno visitato il Museo Lavazza e poi esplorato il centro storico di Torino.

Sabato 10 febbraio 2024:

- **Lago Maggiore Experience:** 7 partecipanti hanno fatto un city tour a Domodossola, pranzato a Montecrestese e concluso con una crociera privata intorno alle Isole Borromee.
- **Alla scoperta del Monferrato:** 8 partecipanti hanno visitato cantine a Nizza Monferrato, il Forte di Gavi e gustato una Merenda Sinoira.



a4) Free Monaco - 14/18 febbraio 2024

La fiera f.re.e - Die Reise- und Freizeitmesse di Monaco è la fiera più grande della Baviera dedicata al tempo libero e ai viaggi.

All'edizione del 2024, che si è svolta dal 14 al 18 febbraio, erano presenti circa 1.000 espositori provenienti da 50 Paesi che hanno presentato innovazioni e tendenze nei settori Viaggi, Caravanning e Camping, Ciclismo, Sport acquatici e Outdoor & Fitness.

Insieme agli eventi paralleli (Munich Auto Days e IMOT - il Salone Internazionale del Motociclo - la più grande fiera di viaggi e tempo libero della Baviera) la fiera ha attirato più di 140.000 visitatori.

Lo spazio Italia di 300mq, curato da ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, ha ospitato la Regione Piemonte era presente nello spazio Italia, insieme alla Basilicata, Campania, Liguria e Toscana

Visit Piemonte ha coordinato la presenza delle Agenzie Turistiche Locali (ATL) di Alexala, del Cuneese, l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, delle Terre dell'Alto Piemonte e di Turismo Torino e Provincia oltre al Consorzio Fortur e al Consorzio Conitours che hanno condiviso il desk con l'ATL di competenza.

I materiali promozionali distribuiti hanno avuto molto successo tra il pubblico, specialmente le cartine del territorio e quelle degli itinerari bici e trekking.



a5) Educational neve Scandinavia – 25-29 Febbraio 2024

Nell'ambito della promozione turistica del territorio piemontese, è stato organizzato un educational rivolto a tour operator scandinavi, con un focus specifico sulle attività invernali.

Per indirizzare l'attenzione dei tour operator che hanno dato la loro disponibilità di partecipazione, si è deciso di proporre nel programma l'Alto Piemonte e il Cuneese. L'obiettivo è stato quello di far conoscere le eccellenze del territorio in termini di sport invernali, cultura e benessere, presentando un'esperienza completa e variegata per attrarre il mercato scandinavo.

La prima tappa del programma si è svolta ad Alagna Valsesia, una rinomata località sciistica. I tour operator hanno avuto l'opportunità di partecipare a una giornata sugli sci e a una suggestiva escursione con le ciaspole. Oltre alle attività sportive, è stato organizzato un tour culturale con la visita al Museo Walser, che ha permesso di scoprire le tradizioni locali, e una visita guidata ad Alagna, Riva Valdobbia e ai villaggi circostanti, per offrire una panoramica completa del territorio e del suo patrimonio culturale.

A seguire il gruppo ha trascorso mezza giornata a Torino, dove ha potuto visitare il centro storico con una guida locale. Questa tappa ha permesso di scoprire le bellezze architettoniche e culturali della città, offrendo ai tour operator un assaggio dell'offerta turistica urbana del Piemonte prima di proseguire verso le montagne cuneesi.

L'ultima parte del programma si è svolta nel Cuneese. Dopo una visita guidata al centro storico di Cuneo, il gruppo si è spostato a Limone Piemonte, una delle più note località sciistiche della zona. Qui i partecipanti hanno potuto godere di una giornata sulle piste da sci, seguita da momenti di relax in una spa, per concludere l'esperienza con un tocco di benessere.

L'educational si è rivelato un successo, permettendo ai tour operator di apprezzare non solo le attrazioni sportive invernali del Piemonte, ma anche il ricco patrimonio culturale e la qualità dei servizi offerti. Questa esperienza ha contribuito a rafforzare l'immagine del Piemonte come meta ideale per il turismo invernale sul mercato scandinavo.

A seguire i nominativi dei partecipanti:

- Ms Julie Larsen - DBP Adventures (Danimarca, www.dbpadventures.com)
- Ms Ann-Sofie Råssjö - Nygren & Lind (Svezia, www.nygrenlind.se)
- Mr Kimmo Asikainen - Polyresor/Travelzmart (Svezia, www.polyresor.se / www.travelzmart.se)
- Mr Johan Edsler - Ski Travel Group/Lion Alpin (Danimarca & Svezia, www.skitravelgroup.com / www.lionalpin.se)

I partecipanti hanno molto apprezzato la destinazione e le attività proposte. Alcuni stanno già cercando di promuovere il Piemonte per la prossima stagione invernale, e sarà interessante vedere i risultati. Tuttavia, altri hanno evidenziato difficoltà nell'inserire la destinazione tra le loro offerte a causa dei collegamenti non ottimali tra l'aeroporto di Nizza e il Cuneese.

a6) Barolo & Friends – Stoccolma, 19 febbraio 2024

Il 19 febbraio si è svolta a Stoccolma la sesta edizione del Barolo & Friends Event, importante appuntamento promozionale, dedicato al mondo dei vini piemontesi, organizzato da Il Consorzio I Vini del Piemonte.

L'evento è stato ospitato nei locali dell'Operaterrassen, prestigiosa location della capitale svedese, e si è articolato in sessioni di wine tasting riservate sia a professionisti del settore che a wine lovers.

Il Barolo & Friends Event rappresenta una vetrina straordinaria per promuovere le risorse turistiche e agroalimentari della Regione Piemonte, pertanto si è deciso approfittare di tale visibilità per programmare una presenza sistemica regionale che coinvolgesse più ambiti: promozione offerta turistica, agrifood, etc.

Per quanto concerne il settore dell'agroalimentare, è stata allestita un'area food dedicata alle eccellenze piemontesi, nella quale Ceipiemonte ha programmato una serie di incontri B2B che tra aziende piemontesi e un gruppo di operatori svedesi.

La parte di promozione turistica è stata invece curata da Visit Piemonte, con la proposta di una degustazione di vini e prodotti tipici della regione rivolta a circa 25 giornalisti e tour operator svedesi, in collaborazione con ENIT e le ATL Piemontesi.

Il format, ospitato nella sala marteclass dalle 16.30 alle 18, è consistito in una wine tasting, condotta da un sommelier piemontese, durante la quale sono stati proposti 6 vini di provenienza dai territori di competenza delle ATL regionali e raccontati gli highlights e le novità dell'offerta turistica di ciascun territorio.

Di seguito l'elenco di vini proposti:

- Turismo Torino e Provincia: La Masera – Erbaluce di Caluso DOCG 2022
- ATL Cuneese: Fratelli Rosso – Vino Rosso "Il Solito" 2022
- Ente Turismo Langhe Monferrato Roero: Giovanni Rosso - Barolo DOCG 2019
- Alexala: Cascina Gentile – Gavi DOCG 2020
- ATL Terre dell'Alto Piemonte: Travaglini – Gattinara DOCG 2020
- Distretto Turistico dei Laghi: Edoardo Patrone – Valli Ossolane DOC Nebbiolo "Prunent Stella"

L'evento è stato introdotto da un welcome speech del presidente di Visit Piemonte, Beppe Carlevaris e da un saluto dell'Ambasciatore d'Italia a Stoccolma, Michele Pala.

È stato inoltre allestito un desk per la distribuzione di materiale promozionale, all'interno della sala principale, dove sono state veicolate le brochure delle ATL.

L'evento si è chiuso con un aperitivo di networking, presso l'Enoteca Corvina rinomato locale specializzato in vini italiani, al quale sono stati invitati operatori e media del settore turismo e aziende e buyer dell'agrifood.



a7) ITB Berlino – 5/7 marzo 2024

ITB Berlino è la più grande e importante fiera del turismo a livello mondiale, che si svolge ogni anno a marzo nella capitale tedesca. Questo evento rappresenta un punto di riferimento per l'industria del turismo, riunendo professionisti del settore, aziende, enti turistici e governi di tutto il mondo per discutere le ultime tendenze, scambiare idee e creare opportunità di networking. Con una combinazione di esposizioni, conferenze e incontri, ITB Berlino offre una piattaforma unica per esplorare il futuro del turismo e promuovere le destinazioni internazionali.

La Germania è inoltre storicamente il mercato target più rilevante per quanto riguarda i flussi turistici verso il Piemonte con un trend che si attesta su 3,7 milioni di pernottamenti, corrispondenti a circa il 22% sul totale delle presenze estere. Tra i temi più ricercati dal turista tedesco in Piemonte i principali sono leisure, outdoor e food & wine.

Nel 2024, il Piemonte ha partecipato, come di consueto, con uno stand di 50mq, ospitato nell'area Italia, gestita da ENIT, in cui è stato possibile ospitare 11 postazioni per Consorzi, T.O. AdV e strutture ricettive che ne hanno fatto richiesta tramite manifestazione d'interesse, e alcuni front desk assegnati alle ATL per la divulgazione di informazioni sull'offerta dei territori.

Di seguito l'elenco dei partecipanti:

ATL

- Alexala
- ATL del Cuneese
- ATL Terre dell'Alto Piemonte - Biella, Novara, Valsesia, Vercelli
- Ente Turismo Langhe Monferrato Roero
- Turismo Torino e Provincia

CONSORZI, T.O, STRUTTURE RICETTIVE

- ELT - Elite Luxury Tours
- Best Western Plus Executive Hotel and Suites
- Consorzio Turistico Incoming Experience
- Consorzio Turistico Fortur
- Verticalife
- GOOGITALY
- Rialma Hotels
- Ki-Italy
- Conitours
- Valgrande Vacanze sas
- Albergo dell'agenzia

Mercoledì 6 marzo, nello spazio "Piazza Italia" all'interno dell'area ENIT, la Regione Piemonte, in collaborazione con il Comune di Ovada e l'Enoteca Regionale di Gattinara, ha presentato a giornalisti e tour operator tedeschi il progetto "Città Europea del Vino 2024". Questo prestigioso riconoscimento è stato assegnato alle zone vinicole

di venti comuni dell'Alto Piemonte e del Gran Monferrato, per la prima volta unite sotto un'unica denominazione. Al termine della presentazione, gli ospiti hanno potuto partecipare a un aperitivo con vini e stuzzichini tipici del Piemonte, offrendo un assaggio autentico delle eccellenze enogastronomiche della regione.

Come di consueto, dopo l'evento è stato chiesto a tutti gli operatori e ATL che hanno partecipato di rispondere a un questionario di valutazione dell'evento. Nell'insieme, ITB Berlino 2024 è stata accolta con grande soddisfazione dagli operatori del settore turistico. Molti partecipanti si sono detti "molto soddisfatti" della loro esperienza complessiva, riconoscendo il valore dell'evento come una piattaforma strategica per il networking e il confronto. Inoltre, quasi tutti gli intervistati hanno espresso interesse a partecipare nuovamente all'edizione del 2025, segno della qualità e dell'importanza della fiera per il settore.



a8) Salon du Randonneur – 24/26 marzo 2024

VisitPiemonte ha coordinato la presenza regionale al Salon du Randonneur, importante evento B2C che ha avuto luogo dal 22 al 24 marzo 2024 al centro congressi di Lione, in Francia.

Si tratta di un appuntamento dedicato al mondo dell'outdoor, soprattutto trekking, che riscuote ad ogni edizione un gran successo di pubblico di provenienza dall'area di Lione ma anche più ampiamente dalle regioni frontaliere dell'Italia e della Svizzera.

Come di consueto, il Piemonte è stato presente insieme alle Agenzie Turistiche Locali che rappresentano tutte le zone della regione. Di seguito l'elenco delle ATL partecipanti:

- ALEXALA
- ATL del Cuneese
- Distretto Turistico dei Laghi
- Ente Turismo Langhe Monferrato Roero
- ATL Terre dell'Alto Piemonte
- Turismo Torino e Provincia

Al fine di rendere maggiormente efficace la presenza istituzionale, è stato consentito alle ATL presenti di condividere il loro desk con un consorzio turistico rappresentativo del loro territorio, pertanto i territori di Torino e Cuneo hanno visto la presenza rispettivamente del Consorzio Fortur e di Conitours.

157

La fiera ha riscosso un buon successo di pubblico, i visitatori sono stati circa 12.500 e il materiale promozionale del Piemonte e delle ATL è stato largamente apprezzato, soprattutto per quanto riguarda le cartine, che permettono agli appassionati di preparare in modo attivo il loro prossimo viaggio.

I prodotti di punta su cui si è focalizzata la promozione delle ATL sono stati: trekking, bike, percorsi di fede, percorsi accessibili, percorsi cicloturistici, aree protette dell'Appennino Piemontese, cammino dei ribelli, parchi avventura.



a9) Roadshow mercati DACH (Zurigo, Monaco), 13-14 Maggio 2024

Svizzera e Germania rappresentano due tra i principali mercati esteri in termini di arrivi e presenze sul Piemonte. Nello specifico, le piazze di Monaco e Zurigo, risultano essere composte da una domanda che ha esigenze di vacanza piuttosto affini all'offerta piemontese.

Si tratta inoltre di aree in cui da diversi anni non si attiva una promozione specifica e su cui si è reso necessario aggiornare la domanda in merito alle nuove opportunità offerte dal Piemonte.

A tal fine, Visit Piemonte ha proposto l'organizzazione di un roadshow su questi mercati, inizialmente previsto per il mese di novembre 2023, successivamente riprogrammato, per esigenze organizzative, nelle date del 13, Monaco di Baviera, e 14 maggio, Zurigo.

Il programma dei due eventi, rivolti a giornalisti, media, opinion leader e tour operator locali si è articolato come segue:

- MONACO 13/05
Indirizzo: Gudrunstraße 3 - 80634 München – Germania

PROGRAMMA:

15.30 – 18.00 workshop B2B

18.00 – 19.00 talk-show di presentazione degli highlights dell'offerta regionale (con referenti ATL)

19.00/19.30 networking dinner con specialità piemontesi

21.30 fine serata

- ZURIGO 14/05
Indirizzo: Geerenweg 23 - 8048 Zürich – Svizzera

PROGRAMMA:

18.30 arrivo partecipanti

19.00 - 19.15 presentazione della destinazione a cura di Visit Piemonte

19.15 - 20.15 workshop

20.15 networking dinner con specialità piemontesi

21.30 fine serata

Per ospitare l'evento, si è deciso di optare per la selezione di location originali, che consentissero di enfatizzare il carattere conviviale degli appuntamenti, con una grande attenzione al tema food&wine.

Per l'evento del 13 maggio, a Monaco, la location scelta è stata il Studio G3 Event Loft, locale per eventi dall'arredamento e design moderni, mentre a Zurigo, il 14 maggio, l'appuntamento ha avuto luogo presso il Die Cuisine, interessante locale facente parte di un progetto di riqualificazione urbana.

Tutti gli aspetti relativi alla preparazione delle networking dinner, dal reperimento e acquisto dei prodotti in Piemonte, alla loro spedizione e successiva preparazione delle cene in loco sono stati curati dalla società di catering Le casette nel verde.

In entrambi i workshop ATL, consorzi e operatori piemontesi hanno usufruito di postazioni dedicate, dove hanno potuto incontrare i buyer tedeschi e svizzeri.

Temi principali su cui è stata focalizzata la promozione sono stati: food&wine, montagna invernale e outdoor.

A fine workshop sono giunti alcuni giornalisti di settore, che hanno potuto assistere, durante un aperitivo con vini piemontesi, alla presentazione dell'offerta turistica regionale. A Monaco la presentazione è stata strutturata nella forma del talk show, dove i referenti delle ATL presente hanno potuto raccontare le novità dei loro territori, mentre a Zurigo la presentazione è stata condotta da un giornalista locale, ingaggiato dalla segreteria organizzativa.

Tra le realtà piemontesi che hanno preso parte a entrambi erano presenti:

- Alexala
- Turismo Torino e Provincia
- ATL cuneese Conitours
- ATL Terre dell'Alto Piemonte
- Rialma
- Consorzio Fortur
- Castello dal Pozzo
- Ente Turismo Langhe Roero Monferrato
- Ossola e Laghi Tour Operator
- Consorzio piccole strutture ricettive LRM





a10) Barolo & Friends – Copenhagen, 15 maggio 2024

Il 15 maggio 2024, presso il Royal Opera House di Copenhagen, ha avuto luogo la 15° edizione di Barolo & Friends Event, prestigioso evento dedicato al mondo del vino piemontese, organizzato dal Consorzio I Vini del Piemonte.

Nel corso degli anni, l'evento è diventato un appuntamento di grande interesse sia per i professionisti del settore sia per gli appassionati sulla scena danese, rappresentando così una vetrina efficace per la promozione del Piemonte. Di conseguenza, a partire dal 2023, si è iniziato a lavorare su una presenza regionale maggiormente unificata, che coinvolgesse anche settori produttivi come l'agroalimentare e il turismo, attraverso l'organizzazione di incontri B2B e presentazione dell'offerta turistica.

160

Visto il riscontro positivo della presenza sinergica realizzata lo scorso anno, si è deciso di riprogrammare la partecipazione anche per il 2024.

Oltre alle aziende dell'agroalimentare, che hanno potuto incontrare i buyer interessati presso il Royal Opera House, Ceipiemonte è riuscito a coinvolgere quest'anno anche le imprese del design e dell'alta gamma, con una giornata di incontri presso la Residenza dell'Ambasciatore, location che ha ospitato a fine giornata anche un momento conviviale di networking a base di prodotti tipici piemontesi.

Lato turismo, Visit Piemonte ha ripetuto anche quest'anno la wine tasting experience, dove usando la degustazione dei vini come pretesto, è stato integrato uno storytelling sui diversi distretti turistici e sulle novità dell'offerta turistica.

L'evento, rivolto a tour operator e giornalisti di settore, ha avuto un buon riscontro in termini di adesioni, infatti erano presenti nello spazio dedicato circa 25 partecipanti.

A differenza della presentazione del 2023, dove le referenti delle ATL hanno potuto raccontare personalmente i loro territori, coadiuvate da una sommelier italiana, quest'anno si è deciso di affidare il racconto di vini e offerta turistica a dei professionisti danesi con una buona conoscenza del Piemonte. La conduzione della presentazione è stata affidata al giornalista Morten Brink Iwersen supportato per la degustazione dei vini dal sommelier Christoffer Schwarz-Nielsen.

Il format è stato piuttosto gradito dei partecipanti, intervenuti diverse volte con domande e curiosità sul Piemonte.

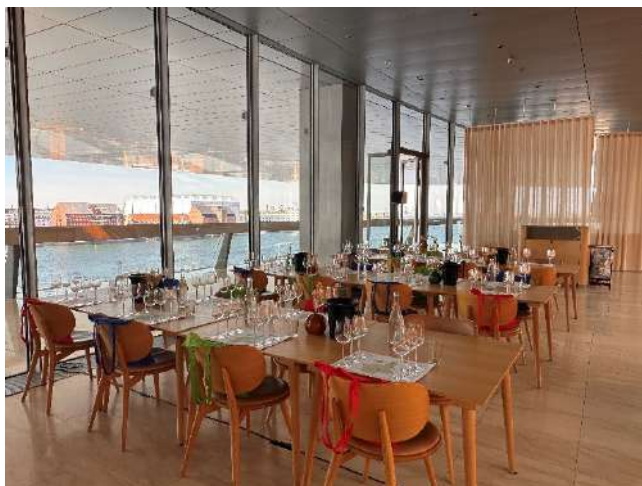
Di seguito l'elenco dei vini proposti, rappresentativi dei 6 territori di ATL:

- ERBALUCE, LA MASERA – Torino
- NEBBIOLO, SORDO - Langhe Monferrato Roero
- GAVI, LA SCOLCA - Alessandria area
- GATTINARA – TRAVAGLINI - Biella, Novara, Vercelli, Valsesia
- EDOARDO PATRONE VALLI OSSOLANE DOC NEBBIOLO "PRUNENT STELLA - Lakes area
- FRATELLI ROSSO -VINO ROSSO "IL SOLITO" - Cuneo area

Per il supporto organizzativo in loco e la gestione degli inviti è stato affidato un incarico all'agenzia PEJV Consulting, società scandinava con diversi anni di esperienza nel settore del marketing turistico.

A fine presentazione, gli ospiti hanno potuto usufruire di un ingresso gratuito alla sessione aperta al pubblico di Barolo & Friends Event.

Visit Piemonte ha inoltre predisposto un servizio di navetta per coloro intenzionati a partecipare all'aperitivo di networking organizzato presso la Residenza dell'Ambasciatore di Copenhagen.



a11) Summer Fancy Food – New York, 23/25 giugno 2024

Nel mese di giugno, per il secondo anno consecutivo, il Piemonte ha partecipato al Summer Fancy Food di New York, il più grande evento commerciale di specialità alimentari degli Stati Uniti, che si è svolto dal 23 al 25 giugno presso il Javits Convention Center di Manhattan.

Il Summer Fancy Food attira ogni anno migliaia di produttori, acquirenti, intermediari, distributori e altri professionisti del settore per tre giorni dedicati alla scoperta dei prodotti, al networking e alle opportunità commerciali.

Il Piemonte è stato protagonista all'interno della fiera con uno stand regionale di 180mq, coordinato da Ceipiemonte, in cui sono state allestite postazioni per 14 aziende piemontesi del settore agroalimentare, insieme a un'area istituzionale dedicata completamente ai cooking show in cui durante tutte le giornate di fiera sono stati proposti piatti tipici piemontesi e degustazioni di prodotti tipici del territorio a cura da Silvia Baldini, chef piemontese residente in USA.

In questo spazio sono stati distribuiti materiali cartacei del territorio per promuovere la nostra destinazione.

Oltre alla presenza fieristica, al fine di rendere maggiormente compatta la presenza regionale sulla piazza newyorchese, lunedì 24 giugno è stato organizzato con il supporto degli uffici ENIT di New York, un evento di promozione turistica rivolto a tour operator newyorkesi e a personalità locali presso la rinomata scuola di cucina De Gustibus.

Il format dell'evento è stato concepito con una presentazione della destinazione a cura di Kathy McCabe, produttore della serie televisiva di viaggi "Dream of Italy" e conduttore di viaggi su PBS, con un focus specifico sui grandi eventi autunnali con un focus su quelli enogastronomici (Salone del Gusto-Terra Madre e Fiera Tartufo). È stato offerto un aperitivo a base di prodotti tipici piemontesi e la chef Silvia Baldini ha preparato in diretta un piatto tipico della tradizione piemontese raccontando il territorio attraverso aneddoti e curiosità piemontesi.

L'evento è iniziato con il saluto del Ministro dell'agricoltura dell'Italia, Francesco Lollobrigida e il Presidente della Regione Piemonte, Alberto Cirio.

All'incontro hanno presenziato circa 80 persone tra istituzioni italiane, tour operator, giornalisti, rappresentanti di aziende piemontesi e operatori dell'industria del food&wine americani.





a12) IGTM, Lisbona 14/17 ottobre 2024

L'**IGTM** (International Golf Travel Market) è riconosciuto come il **principale evento B2B** a livello globale dedicato al **turismo golfistico**, un settore che si distingue per la propensione dei viaggiatori a soggiorni medio-lunghi e un'elevata capacità di spesa. Ogni anno, l'evento si svolge in una diversa località internazionale, consolidandosi nel tempo come uno degli appuntamenti più ambiti per stringere accordi commerciali e acquisire preziose informazioni sull'industria globale dei viaggi legati al golf.

163

L'evento si basa su un'**agenda di incontri pre-programmati**, pensati per favorire il networking tra destinazioni, resort, campi da golf e operatori specializzati nel segmento golfistico, con i principali agenti di viaggio e tour operator del settore a livello internazionale. L'obiettivo è **rafforzare e ampliare il mercato mondiale del turismo golfistico**.

L'edizione 2024 si è svolta a **Lisbona**, in Portogallo, **dal 14 al 17 ottobre** presso il FIL - Feira Internacional de Lisboa alla presenza dell'**Ambasciatore d'Italia in Portogallo, Carlo Miscia**, e del **Presidente dell'ENIT, Alessandra Priante**.

Il **Piemonte**, che annovera il golf tra i suoi prodotti turistici di punta, ha preso parte all'evento con **3 postazioni** nell'**area Italia gestita da ENIT** (Agenzia Nazionale del Turismo). Questa opportunità è stata offerta ai campi da golf piemontesi interessati ad attrarre un maggior numero di turisti, puntando a incrementare i flussi turistici e i benefici economici per il territorio circostante.

I campi ospitati all'interno dell'area Piemonte che si sono presentati in forma aggregata sono stati:

Torino Golf Destination: Royal Park I Roveri, La Mandria, Le Betulle di Biella e Margara Golf & Country Club

Lago Maggiore Golf Destination: Golf Club Castel Conturbia, Bogogno Golf Resort e Golf Des Iles Borromées

Golf Gavi Experience: Golf Colline del Gavi e Villa Carolina

Inoltre, è stato allestito un **desk istituzionale** per la promozione della regione, con materiale informativo sia sul prodotto golf sia sull'offerta turistica generale.

I golf club partecipanti hanno espresso un elevato grado di soddisfazione per la qualità dell'evento e per il numero di incontri realizzati. Hanno riconosciuto il ruolo strategico della Regione Piemonte nel coordinare la presenza a Lisbona, sottolineando l'importanza della partecipazione per consolidare l'immagine del Piemonte come una delle destinazioni golfistiche di riferimento a livello internazionale.

Oltre alle spese di **viaggio, vitto e alloggio** sostenute da **n. 1 risorsa** di Visit Piemonte presenti in loco, sono stati individuati e affidati i seguenti servizi:

Acquisto di n. 2 postazioni con agende, all'interno dell'area Italia gestita da ENIIT. Una delle tre postazioni inizialmente previste nella proposta progettuale è stata spesa sul progetto Italy Golf & More, che vede Regione Piemonte tra i partner.



164



a13) WTM, Londra 5/7 novembre 2024

Dal **5 al 7 novembre 2024**, il Piemonte ha partecipato alla rinomata fiera WTM - **World Travel Market - di Londra**, uno degli eventi più significativi per il settore turistico a livello globale, che si tiene ogni anno presso il centro espositivo Excel.

L'iniziativa rientrava in una missione istituzionale di sistema, promossa e supportata dalla Regione Piemonte e dalla Camera di Commercio di Torino, a cui ha partecipato anche la Città di Torino, volta a promuovere il Piemonte sulla piazza londinese sia da un punto di vista turistico che in un'ottica di attrazione di investimenti esteri (parte coordinata da Ceipiemonte). La delegazione era composta dal Presidente della Regione, dall'Assessore regionale al Turismo, dall'Assessore regionale all'Internazionalizzazione e attrazione investimenti, dal Sindaco della Città di Torino e dal Presidente della Camera di Commercio di Torino. Erano inoltre presenti le agenzie in house Ceipiemonte e VisitPiemonte, le Atl del Piemonte e il Consorzio delle Regge Sabaude.

E' stato così possibile organizzare un **evento di promozione integrata** che si è svolto il **4 novembre**, alla vigilia del WTM, presso la **Residenza dell'Ambasciatore a Londra**.

Dal punto di vista della **promozione turistica**, l'evento ha rappresentato un'importante opportunità per **annunciare** che Torino ospiterà la prestigiosa cerimonia di premiazione dei **The World's 50 Best Restaurants**, in programma il **19 giugno 2025**. Ha partecipato a questo momento anche William Drew di The World's 50 Best Restaurants.

165

Grazie al supporto della **sede londinese di ENIT**, la serata ha visto la partecipazione di **numerosi operatori e giornalisti britannici**, che hanno potuto apprezzare la coesione del sistema Piemonte nella sua strategia di promozione internazionale. L'evento ha inoltre offerto l'occasione per presentare le novità legate alle opportunità turistiche della regione, accompagnate da una raffinata degustazione di eccellenze enogastronomiche piemontesi.



Per quanto riguarda la **partecipazione alla fiera WTM**, focus principale di questa relazione, è importante sottolineare la **rilevante presenza del Piemonte** all'edizione 2024. Considerata la strategicità del mercato e le numerose novità legate ai grandi eventi, la regione ha scelto di presentarsi con uno **spazio espositivo** di ampia metratura, pari a **100 mq**, dotato di un **ledwall di 3x3 metri** per la proiezione di video suggestivi dedicati al

territorio. Una parte dello spazio espositivo, pari 32mq, è stato acquistato da Ceipiemonte, in ottica di promozione del settore Invest e Real Estate.

Per l'area B2B sono state allestite **17 postazioni** destinate a **ATL, consorzi, tour operator e strutture ricettive** che avevano manifestato interesse a partecipare. Una novità di questa edizione è stata la presenza delle ATL ai tavoli B2B, assegnati loro gratuitamente.

Per quanto riguarda il **front desk**, pensato per una presenza più istituzionale, il **presidio** è stato garantito dal personale di **Visit Piemonte**, che si è occupato dell'accoglienza di operatori e giornalisti interessati all'offerta regionale, oltre alla distribuzione del materiale promozionale.



Per massimizzare l'efficacia della presenza regionale alla manifestazione di Londra e sfruttare al meglio la visibilità offerta da un evento internazionale di tale prestigio, sono stati programmati anche **tre momenti di presentazione dedicati alle novità dell'offerta piemontese**, il 5 e il 6 novembre.

Il primo di questi momenti è stata la partecipazione all'**inaugurazione del Padiglione Italia** e la **sponsorizzazione dell'aperitivo** inaugurale dell'area Italia. L'evento ha avuto inizio **alle 11** con la conferenza stampa di apertura, alla presenza **del Ministro del Turismo, Daniela Santanchè, e del Presidente della Regione Piemonte, Alberto Cirio**. In questa occasione, il Presidente ha potuto **presentare i prossimi grandi eventi** in programma in Piemonte nel 2025, con un **focus** particolare su ***The World's 50 Best Restaurants***.

Al termine della conferenza, è stato **offerto un aperitivo per un centinaio di ospiti**, con una selezione di finger food e vini piemontesi.

La **presentazione del 5 novembre** si è svolta alle **14:30 sempre presso Piazza Italia**, lo spazio conferenze allestito nelle aree comuni dello stand ENIT. In questa occasione, alla presenza del **Presidente della Regione Piemonte**, è stata riproposta la presentazione tenutasi il giorno precedente presso la Residenza dell'Ambasciatore, dedicata all'annuncio di Torino come città ospite dell'edizione 2025 di **The World's 50 Best Restaurants**. Oltre all'intervento del Presidente Cirio, sono intervenuti William Drew di *The World's 50 Best Restaurants* l'Assessore al Turismo della Regione Piemonte, Marina Chiarelli, il Sindaco di Torino, Stefano Lo Russo, e il Presidente della Camera di Commercio di Torino, Dario Gallina.

Durante la conferenza sono stati proiettati **due video** fatti realizzare appositamente da Visit Piemonte: il primo ha messo in risalto i punti di forza dell'offerta turistica regionale, mentre il secondo è stato dedicato al lancio di *The World's 50 Best Restaurants*.

Il **6 novembre, alle 12:30**, si è svolta una seconda **presentazione**, questa volta dedicata all'offerta turistica regionale nel suo insieme, con un focus su **montagna invernale, laghi e Città Europea del Vino**.

All'evento sono **intervenuti** l'Assessore al Turismo della Regione Piemonte, Marina Chiarelli, Paola Casagrande, Direttore regionale del Turismo, e Alessandro Zanon, Direttore di Visit Piemonte. Inoltre, alcuni referenti di progetti e territori sono stati invitati a presentare le principali novità delle loro aree di competenza.

La presentazione si è conclusa con un **aperitivo piemontese**, che ha offerto **finger food e vini dell'Alto Piemonte**. Anche in questa occasione, sono stati proiettati alcuni **video realizzati da Visit Piemonte** per valorizzare le attrattive della regione.

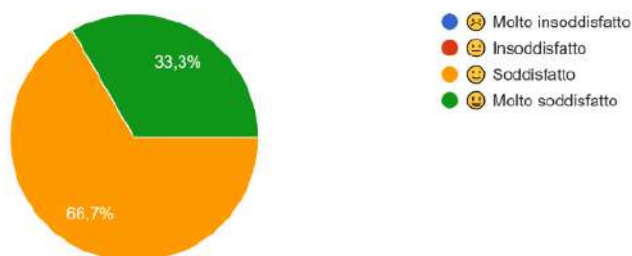


Al termine della fiera, è stato inviato un **questionario di valutazione** a tutte le ATL e le aziende partecipanti. Gli espositori hanno espresso **grande soddisfazione** per l'organizzazione e l'allestimento dello stand, apprezzandone in particolare la posizione strategica e l'impatto visivo del ledwall. L'evento si è rivelato un'importante occasione di networking, con **una media di 20/30 contatti per partecipante**, provenienti principalmente dal Regno Unito, dagli Stati Uniti, dall'India, dalla Scandinavia e da altri paesi europei.

L'interesse per l'edizione 2025 è stato unanime, segno che l'evento ha generato un impatto positivo.

In sintesi, qual è la sua valutazione complessiva dell'evento?

9 risposte



b) GOLF

b1) Realizzazione shooting e video dei campi piemontesi

168

Nell'ottica di un migliore posizionamento del Piemonte come Golf Destination, si è ritenuto utile rinnovare i contenuti iconografici con di immagini di alta qualità estetica, utili a supportare le attività promozionali e comunicative previste nel corso dell'anno.

È stato quindi contattato il rinomato fotografo e artista scandinavo Jacob Sjöman, le cui fotografie e i video sono di indubbio impatto visivo e saranno un importante valore aggiunto per le attività promozionali e di comunicazione che verranno realizzate.

Il fotografo è stato ospitato sul territorio per 2 settimane (dal 28 aprile al 12 maggio u.s.) con l'obiettivo di realizzare shooting dei principali campi da golf piemontesi che si ritiene abbiano una valenza turistica internazionale.

I club coinvolti sono stati: Royal Park I Roveri, Golf Club Torino "La Mandria", Golf Club Biella "Le Betulle, Bogogno Golf Resort, Golf Club Castelconturbia, Golf Colline Del Gavi e Margara Golf & Country.

L'attività ha consentito di aggiornare l'archivio delle immagini a tema Golf, ormai datato, con circa 10/15 nuove fotografie di ciascuno dei campi sopra menzionati. Le immagini sono state fornite nelle versioni in alta e bassa risoluzione e nella dimensione 4x5 da utilizzare per le attività di social media advertising.

Oltre al materiale fotografico, la proposta progettuale di Visit Piemonte prevedeva anche la realizzazione di alcuni video promozionali, uno per ogni campo, della durata di 30 secondi, da utilizzare per promozione social,

oltre a un video clip generico sul golf in Piemonte, della durata di 2 minuti, da utilizzare in occasione di eventi promozionali quali fiere, presentazioni, etc.

A seguire il link di accesso alle immagini acquisite:

<https://drive.google.com/drive/folders/1su9302pZLCcqAuuEwbKuis21aIOesSuR?usp=sharing>



b2) Attività di media relation e social media advertising

Al fine di rendere più efficaci le attività promozionali, si è ritenuto opportuno procedere anche a un aggiornamento dei contenuti testuali, da veicolare su vari canali comunicativi, con l'intento di accrescere l'appeal internazionale della percezione del brand Piemonte Golf Destination.

Per questa attività, è stato dato incarico all'agenzia Azalea, società inglese specializzata in marketing e comunicazione sul tema golf, che ha consentito di produrre e revisionare tutti i testi sul prodotto regionale, da utilizzare per future iniziative di comunicazione e promozione, che includeranno canali come siti web, social media, pubblicità, fiere, etc.

I testi prodotti sono stati costruiti per un target specifico di appassionati di golf e viaggi sui principali mercati internazionali del Piemonte.

Di seguito un elenco dei contenuti prodotti:

BROCHURE GOLF

Per continuare la promozione del territorio come destinazione golfistica, è stato ritenuto opportuno aggiornare i testi della brochure promozionale dedicata al golf in Piemonte. Tale attività ha consentito di avere nuovi contenuti e schede aggiornate sui principali golf club della regione.

170

SEZIONE GOLF (sito Visit Piemonte)

Nel contesto di un aggiornamento generale dei testi dedicati al golf, è stato realizzato un testo introduttivo che presenta il Piemonte come una destinazione ideale per gli appassionati di golf. Inoltre, sono state create schede dettagliate per ciascuno dei seguenti golf club: Golf Club Royal Park I Roveri, Golf Club Biella "Le Betulle, Bogogno Golf Resort, Golf Club Castelconturbia, Golf Colline Del Gavi, Margara Golf & Country e Golf Club Torino "La Mandria".

PRESS

Anche per le attività destinate alla stampa, è stata preparata una cartella stampa specifica sul golf. Questa sarà disponibile per i giornalisti che ne faranno richiesta e include informazioni generali e schede dettagliate sui sette campi da golf sopra indicati. Tutti i supporti di comunicazione sopra indicati sono stati realizzati in lingua inglese e tradotti in italiano, francese e tedesco.

Questo il link per scaricare i testi:

<https://drive.google.com/drive/folders/1kkcqWYhTFpD9sdfhX0WrTGt2YC4wFlia?usp=sharing>

SOCIAL

Sui profili social FB e IG di Visit Piemonte dal 19/07 al 29/10 sono stati pubblicati 24 post organici per la promozione del golf come leva turistica del Piemonte, grazie alla pubblicazione di foto e video di alta qualità dei campi golfistici piemontesi. Inoltre, è stata realizzata una campagna social sui mercati target identificati per quest'attività – Germania, Svizzera, Francia, Regno Unito e Scandinavia, con l'obiettivo di generare traffico alla landing page dedicata al golf sul sito visitpiemonte.com.

A seguire il link al file di piano editoriale digitale e ai risultati della campagna social:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ijBKihTYNeUN2pGbUmuXKISXMQS9ge4S?usp=sharing>



visit_piemo • Segui

visit_piemo • Elemento modificato

Il Piemonte è meta ambita dai golfisti. Con più di 50 campi adagia dolci colline, su distese pianeggianti tra panorami montani, la nostra regione offre esperienze di gioco per tutti i livelli.

Metti alla prova la tua abilità sui green che hanno ospitato eventi di prestigio come l'Open d'Italia del D World Tour e non perdere l'occasione di scoprire una delle migliori destinazioni per il golf in Italia!

1. Royal Park I Roveri - @royal_park_i_roveri
2. Margara Golf & Country Club - @golfmargara
3. Circolo Golf Torino La Mandria - @golfmandria

Place a 153 persone
19 luglio



visit_piemo • Segui

visit_piemo • Elemento modificato

Benvenuti al Golf Club Torino - La Mandria, dove passione, natura e sport si incontrano! Nel cuore verdissimo di Parco Regionale La Mandria, il Golf Club Torino La Mandria è la "casa" dei campioni dell'Open 2018, Francesco Molinari, e offre un'esperienza unica per tutti gli amanti del green. Poi se ami la storia e la cultura tanto quanto lo sport, rendi unica la tua vacanza golfistica sfruttando l'opportunità di visitare Torino tra una partita e l'altra!

Circolo Golf Torino La Mandria - @golfmandria

Scopri di più al link in bio!

Place a 153 persone
23 luglio



c) PROMOZIONE DEL PIEMONTE PRESSO LE COMUNITÀ DI ORIGINE PIEMONTESE ALL'ESTERO

c1) Realizzazione video promozione territoriale del Piemonte

Nel primo semestre 2023, è stato realizzato un video promozionale con l'intento di evocare un senso di appartenenza e nostalgia nelle comunità di origine piemontese all'estero.

Il video ha incluso riprese dei paesaggi naturali del Piemonte, dalle Alpi alle colline delle Langhe e del Monferrato, passando per laghi, valli e alcune tra le principali attrazioni turistiche della regione.

Particolare attenzione è stata dedicata alle eccellenze del territorio, con sequenze che rappresentano l'enogastronomia, con la preparazione di piatti tipici piemontesi, le cantine vinicole e specialità locali come il tartufo d'Alba. Inoltre, il video ha messo in luce l'importanza dell'industria piemontese, presentando alcune delle sue punte di diamante, tra cui automotive e aerospaziale.

La realizzazione del video ha seguito diversi passaggi chiave. Inizialmente, è stata condotta una fase di ricerca e pianificazione, durante la quale sono stati identificati i luoghi e le risorse da includere. Successivamente, sono state effettuate riprese sul campo in diverse località della regione, integrando anche immagini già presenti negli archivi multimedia di Regione Piemonte e di Visit Piemonte.

Lo storytelling è stato affidato a una voce fuori campo, recitata in italiano, con sottotitoli tradotti nelle lingue delle principali comunità piemontesi all'estero: inglese, spagnolo, francese e portoghese.

Il video è stato pubblicato su canali digitali, inclusi il canale YouTube della Regione Piemonte e altre piattaforme social, e ha ottenuto soltanto su YouTube più di 400 visualizzazioni.

Sono state prodotte inoltre alcune versioni short dello stesso, per un eventuale utilizzo sui canali social.

La versione integrale del video è visionabile al seguente URL: <https://youtu.be/BWeTy-IC9-E?si=0YxdLvN3ZqU4MVw>

173

c2) Ospitalità delegazione FAPA

Dal 15 al 18 maggio sono arrivati in Piemonte sei delegati della FAPA – Federazione delle Associazioni di Piemonte Argentini. Durante la loro permanenza di tre giorni, hanno avuto l'opportunità di riscoprire le proprie origini, conoscere le eccellenze del territorio e partecipare a momenti di divulgazione delle realtà dell'emigrazione piemontese in Argentina, rivolti al pubblico regionale.

Visit Piemonte si è preso carico di organizzare i seguenti transfer con l'azienda Wegobytaxi:

- **Lunedì 15 Maggio:** Servizio pick-up con autista dall'aeroporto di Milano Malpensa T1 a Torino - ore 17.15.

- **Martedì 16 Maggio:** Servizio pick-up con autista per visita azienda Italdesign (Moncalieri) + rientro a Torino, Circolo dei lettori alle 18
- **Giovedì 18 Maggio:** Servizio pick-up con autista per trasferimento da Torino a Carignano + rientro a Torino dopo la visita

Inoltre, sono stati preparati dei welcome kit per gli ospiti della FAPA con:

- Tote bag Piemonte
- Brochure di presentazione della regione in lingua spagnola
- Penna brandizzata Piemonte
- Torino + Piemonte card

c3) FamTrip tour operator Argentina

Nell'ambito delle azioni di promozione del Piemonte sui mercati internazionali, tra cui, azioni legate al tema del turismo delle origini, Visit Piemonte ha programmato l'ospitalità di un Educational Tour per Tour Operator argentini che si è svolto dal 30 ottobre al 3 novembre 2023.

Al tour, organizzato in collaborazione con ENIT Buenos Aires, hanno partecipato 9 persone tra cui 7 tour operator e agenti di viaggio e 2 accompagnatori.

Nro Partecipanti	T.O.	Nome	Cognome
1	ENIT	Maria Bernarda	Rodriguez Mares
2	ITA Airways	Adriana	Martino
3	Organizaciòn Piamonte S.A	Veronica Edith	Montefusco
4	Corima Tours	Marcela Beatriz	Pereiro
5	Eurovips	Carlos Sebastian	Matriacardi
6	Turismo sur S.A	Paula Andrea	Ramos
7	Eurosud Argentina	Liliana Ines	Gottardi
8	Vietur	Mauro Emilio	Bonelli
9	Aero La Plata	Julian	Zanelli

Il tour, ideato in stretta collaborazione con le Agenzie Turistiche Locali piemontesi, ha avuto al durata di 5 giorni e ha permesso ai tour operator di testare le migliori esperienze della regione.

Il gruppo si è mostrato entusiasta e ha apprezzato le diverse attività. Alcuni di loro hanno successivamente contattato le ATL per ottenere maggiori informazioni su alcuni prodotti specifici, che potrebbero essere proposti ai loro clienti.

Per l'avvio di tale attività, inizialmente non prevista nella proposta progettuale, è stata inoltrata agli uffici regionali una richiesta di variante non onerosa.





c4) FAM Trip influencer Argentina

Grazie ai contatti avviati con la sede argentina di ENIT, con la quale è stato possibile ospitare l'educational raccontato sopra, Visit Piemonte ha potuto cogliere una nuova importante opportunità, rappresentata dalla possibilità di accogliere in Piemonte la celebrità argentina Araceli Gonzalez, attrice, personaggio televisivo e scrittrice, molto popolare nel proprio paese.

176

Araceli Gonzalez ha origini piemontesi, in quanto il bisnonno materno, era nato e cresciuto a Cossato, in provincia di Biella, e successivamente emigrato in Argentina. Pertanto, si è rivolta agli uffici di ENIT Buenos Aires manifestando il desiderio di essere ospitata in Piemonte, con i propri figli (anch'essi piuttosto noti), per un viaggio finalizzato alla riscoperta delle proprie radici e del Piemonte turistico in generale.

Visto l'alto numero di follower raggiungibili attraverso i canali social di Araceli e dei suoi figli, si è ritenuto che l'attività avesse un grande potenziale in termini di posizionamento del brand Piemonte presso i viaggiatori argentini e, dopo alcune posticipazioni dovute agli impegni della celebrity argentina, il fam trip ha potuto essere ospitato dal 24 giugno al 1° luglio.

Il gruppo era composto da Araceli Gonzalez, molto seguita sui social media, in particolare su Instagram, dove conta oltre 1,8 milioni di follower, e dai figli Florencia Torrente e Tomas Kirzner, entrambi molto influenti nei loro rispettivi campi. Florencia Torrente si distingue nel mondo della moda ed è una grande appassionata d'arte, con circa 462.000 follower su Instagram. Tomas, invece, ha lanciato il suo podcast negli ultimi anni ed è molto conosciuto tra i giovani, con circa 450.000 follower.

In tutto, sono state pubblicate circa 42 stories, 10 post che hanno cumulato circa 137.000 "like" e 8 reels (circa 2 milioni di "like") su Instagram.

Inoltre, a seguito della presenza della famiglia, alcuni articoli sono stati pubblicati nei giornali in Argentina:

- <https://www.a24.com/primiciasya/el-video-del-emotivo-recuerdo-religioso-araceli-gonzalez-su-viaje-cumpleanos-italia-me-ayudo-mucho-n1329132>
- <https://www.infobae.com/teleshows/2024/06/25/el-increible-viaje-de-araceli-gonzalez-con-sus-hijos-flor-y-toto-a-italia-para-cumplir-un-sueno-muy-deseado/>

- <https://www.parati.com.ar/news/las-fotos-del-sonado-viaje-a-italia-de-araceli-gonzalez-junto-a-sus-hijos/>





c5) ROOTS IN – Borsa Internazionale del Turismo delle Origini – Matera, 18/19 novembre 2024

Nell'ambito delle iniziative previste per il "2024 - Anno delle Radici Italiane", il Piemonte ha partecipato, **dal 18 al 19 novembre 2024**, alla terza edizione di **Roots-IN - Borsa Internazionale del Turismo delle Radici**. Un evento organizzato dalla **Regione Basilicata** e **APT Basilicata**, in collaborazione con **ENIT** e con il **patrocinio del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**.

L'evento si è svolto a **Matera**, presso il Centro Congressi UNA MHHotel, con un programma ricco di appuntamenti dedicati al turismo delle radici. Il Piemonte si è presentato con uno **stand istituzionale** all'interno dell'**area espositiva per le regioni**, dedicato alla **promozione della propria offerta turistica** e alla **distribuzione di materiale informativo**.

Rispetto alla proposta progettuale originaria, che prevedeva un costo di **€ 1.000 per l'allestimento dello stand**, si segnala che il **lavoro di grafica** è stato realizzato dal **personale interno** di Visit Piemonte. Pertanto, è stato necessario aggiungere ulteriori **16 ore** di personale rispetto a quanto specificato in fase di preventivo.

La manifestazione era centrata inoltre su **due giorni di workshop B2B** durante i quali gli operatori piemontesi presenti hanno avuto l'opportunità di incontrare circa **80 buyer internazionali**, suddivisi approssimativamente come segue:

- Argentina: 12 buyers
- Uruguay: 3 buyers
- Brasile: 13 buyers
- Spagna: 2 buyers
- Colombia: 1 buyer
- Perù: 1 buyer
- Messico: 5 buyers
- USA: 20 buyers
- Canada: 10 buyers
- Australia: 4 buyers

Ben **otto operatori piemontesi**, tra **consorzi**, **Agenzie Turistiche Locali** e **strutture ricettive**, hanno preso parte attivamente ai workshop:

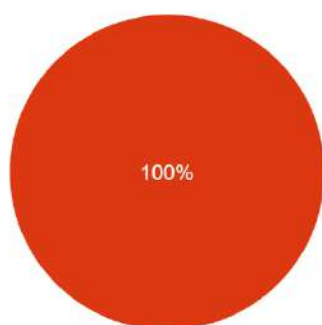
ATL: Turismo Torino e Provincia

Consorzi: Consorzio Piccole Strutture Ricettive Langhe Monferrato Roero, Consorzio Turismo Bardonecchia

Operatori privati: ELT - Elite Luxury Tours Srl, Villa Sparina Resort, Consorzio Operatori Turistici del Canavese

A conclusione della manifestazione, agli operatori partecipanti è stato inviato un **questionario di valutazione**. Tutti hanno espresso un **alto livello di soddisfazione** per l'esperienza, evidenziando il **valore strategico dell'evento**. Ciascun partecipante ha dichiarato di aver stabilito **circa 20 contatti utili** con i buyer internazionali, confermando il **successo del format** e l'**interesse verso l'offerta piemontese**.

In sintesi, qual è la sua valutazione complessiva dell'evento?



- Molto soddisfatto 😊
- Soddisfatto 😊
- Insoddisfatto 😞
- Molto insoddisfatto 😞





c6) Adattamento materiale promozionale e supporto alle iniziative internazionali, anche all'estero

Per promuovere il Piemonte come una delle principali destinazioni italiane per i turisti interessati alla riscoperta delle proprie origini, all'inizio del 2023 è stato realizzato un **video promozionale**. Questo video, inizialmente montato in **lingua italiana**, ha rappresentato un importante **strumento di comunicazione**.

In vista della partecipazione del **Ministero degli Affari Esteri Italiano** nell'ambito del progetto Italea al **Columbus Day di New York**, tenutosi all'inizio di **ottobre**, e con l'obiettivo di garantire una **diffusione più ampia** sia sui **social media** sia durante **fiere ed eventi internazionali**, si è reso necessario tradurre il video in **lingua inglese**.

Per questa attività è stata scelta l'azienda torinese **ODS – Operatori Doppiaggio e Spettacolo**, incaricata di realizzare lo speakeraggio in inglese per entrambe le versioni del video:

- **Prima versione:** video completo della durata di 6 minuti e 22 secondi, sottotitolato in inglese.
- **Seconda versione:** video ridotto della durata di 3 minuti e 57 secondi, senza sottotitoli.

Conclusa la registrazione della voce fuori campo, il **montaggio finale** con l'**inserimento dei sottotitoli** è stato affidato all'azienda **Ola Video, di Alessandro Valabrega**.

Visit Piemonte si è inoltre occupato del **coordinamento con gli operatori piemontesi**, offrendo loro la possibilità di partecipare al **workshop organizzato da ENIT**, sempre in occasione del **Columbus Day di New York**. Durante l'evento, sono stati anche distribuiti **materiali promozionali** dedicati alla valorizzazione dell'**offerta turistica** regionale.

d) PROMOZIONE OFFERTA REGIONALE 41° ASSEMBLEA ANCI 2024 - ANCI OFF

Dal **20 al 22 novembre**, ha avuto luogo presso il Centro espositivo del **Lingotto di Torino**, la **41ª Assemblea Annuale ANCI**. L'evento, che ha preso il via con una **cerimonia inaugurale** alla quale ha preso parte il **Presidente della Repubblica**, ha visto la partecipazione di oltre **5.000 sindaci e amministratori locali** provenienti da tutta Italia, con il compito di eleggere il nuovo presidente nazionale dell'ANCI.

Per l'occasione, la città ha proposto un **programma speciale di eventi**, denominato '**ANCI OFF**', pensato non solo per gli **ospiti dell'Assemblea**, ma anche **per cittadini, turisti e curiosi**.

L'iniziativa è nata con l'obiettivo di creare un ponte tra l'Assemblea e la comunità degli amministratori locali italiani, coinvolgendo anche i cittadini di Torino e del Piemonte. In questo modo, si è voluto **promuovere il territorio, le tradizioni e le culture regionali e locali**.

Pertanto, dal **22 al 24 novembre**, nel tratto di Via Roma tra Piazza Castello e Piazza San Carlo, ha preso vita il "**Villaggio dei Comuni italiani**", con circa **cento stand espositivi** organizzati da Turismo Torino e Provincia. L'evento ha ospitato i coordinamenti delle ANCI regionali, le Città metropolitane e oltre 80 Comuni, che hanno avuto l'opportunità di promuovere la loro offerta turistica e le specificità locali

All'interno del Villaggio dei Comuni italiani, è stato allestito anche **uno stand dedicato alla Regione Piemonte**, destinato alla **promozione dell'offerta turistica regionale**. Lo spazio è stato presidiato dal personale di Visit Piemonte, che provveduto alla divulgazione di informazione sulle opportunità per i turisti che intendono visitare la regione e alla distribuzione di **materiali promozionali** realizzati appositamente per l'evento.

Di seguito, il dettaglio delle attività avviate e concluse a supporto di questa importante iniziativa.

Dal **20 al 22 novembre**, il Centro Espositivo del **Lingotto di Torino** ha ospitato la **41ª Assemblea Annuale dell'ANCI**. L'evento, inaugurato con una cerimonia alla quale ha partecipato il **Presidente della Repubblica**, ha visto la partecipazione di oltre **5.000 sindaci e amministratori locali** provenienti da tutta Italia, con il compito di eleggere il nuovo presidente nazionale dell'ANCI.

In occasione dell'Assemblea, la città ha lanciato un **programma speciale di eventi**, denominato "**ANCI OFF**", rivolto non solo agli ospiti dell'Assemblea, ma anche ai cittadini, ai turisti e ai curiosi. L'iniziativa aveva l'obiettivo di creare un ponte tra l'Assemblea e la comunità degli amministratori locali italiani, coinvolgendo anche la cittadinanza di Torino e del Piemonte, con l'intento di **promuovere il territorio, le tradizioni e le culture locali e regionali**.

Dal **22 al 24 novembre**, nel tratto di Via Roma tra Piazza Castello e Piazza San Carlo, è stato allestito il "**Villaggio dei Comuni italiani**", con **circa cento stand espositivi** organizzati da Turismo Torino e Provincia. L'evento ha ospitato i coordinamenti delle ANCI regionali, le Città metropolitane e oltre 80 Comuni, che hanno avuto l'opportunità di presentare la loro offerta turistica e le peculiarità locali.

All'interno del Villaggio dei Comuni italiani, è **stato allestito uno stand dedicato alla Regione Piemonte**, finalizzato alla promozione dell'offerta turistica regionale. Lo **spazio è stato gestito dal personale di Visit Piemonte**, che ha **distribuito informazioni** sulle opportunità turistiche della regione e **materiali promozionali** realizzati appositamente per l'occasione.

Di seguito, il dettaglio delle attività svolte a supporto di questa rilevante iniziativa.

d1) Presidio stand Regione Piemonte in occasione dell'evento ANCI OFF - 22/22 novembre 2024

Come descritto in premessa, durante le giornate in cui Torino ha ospitato la **41° Assemblea Anci**, ha preso il via un programma speciale di eventi, denominato 'ANCI OFF', pensato non solo per gli ospiti dell'Assemblea, ma anche per cittadini, turisti e curiosi.

Dal **22 al 24 novembre**, nel cuore di **Torino**, è stato allestito il "**Villaggio dei Comuni italiani**", con circa cento stand espositivi che hanno ospitato i coordinamenti delle ANCI regionali, le Città metropolitane e oltre 80 Comuni, offrendo loro l'opportunità di promuovere la propria offerta turistica e le specificità locali.

183

Vista l'alta visibilità fornita dall'evento, Regione Piemonte ha voluto essere presente con uno **stand** dedicato alla diffusione delle informazioni sull'offerta turistica e alla distribuzione di materiale promozionale e gadget con il logo regionale.

Per l'**animazione e la gestione dello stand** è stato dato incarico a **Visit Piemonte**, che ha assegnato alcune risorse interne affinché fosse garantito un presidio durante le tre giornate di evento, finalizzato alla **divulgazione di informazioni** sull'offerta turistica regionale e relativo **materiale promozionale e gadget**.

Visit Piemonte ha quindi gestito le diverse attività a una presenza efficace all'interno dell'evento, dalla **preparazione** del materiale necessario, al **trasporto** allo stand e alla **distribuzione** durante i tre giorni dell'evento.

Il dettaglio del materiale prodotti è specificato nel paragrafo successivo.

Di seguito alcune immagini realizzate durante i tre giorni.

Come anticipato, durante le giornate in cui Torino ha ospitato la **41ª Assemblea ANCI**, è stato lanciato un **programma speciale di eventi**, denominato 'ANCI OFF', pensato non solo per gli ospiti dell'Assemblea, ma anche per i cittadini, i turisti e i curiosi.

Dal **22 al 24 novembre**, nel cuore di **Torino**, è stato allestito il "**Villaggio dei Comuni italiani**", che ha visto la partecipazione di circa **cento stand espositivi**, ospitando i coordinamenti delle ANCI regionali, le Città metropolitane e oltre 80 Comuni. Questa iniziativa ha offerto loro **l'opportunità di promuovere la propria offerta turistica e le peculiarità locali**.

In considerazione dell'alta visibilità offerta dall'evento, **la Regione Piemonte** ha deciso di essere presente **con uno stand** dedicato alla diffusione delle informazioni sull'offerta turistica regionale, nonché alla **distribuzione di materiale promozionale e gadget** con il logo regionale.

La **gestione dello stand e delle attività di animazione** è stata affidata a **Visit Piemonte**, che ha messo a disposizione **risorse interne** per garantire un presidio continuo durante le tre giornate dell'evento. L'obiettivo era quello di fornire informazioni sull'offerta turistica regionale, distribuire il materiale promozionale e i gadget, e favorire l'interazione con il pubblico.

Visit Piemonte ha gestito ogni fase della presenza all'interno dell'evento, dalla preparazione del materiale necessario, al trasporto e all'allestimento dello stand, fino alla distribuzione del materiale durante i tre giorni di manifestazione.

Il dettaglio del materiale prodotto è fornito nel paragrafo successivo. Di seguito, alcune immagini scattate durante le tre giornate.





d2) Realizzazione di materiale promozionale

BROCHURE Visit Piemonte

Come previsto dal progetto, è stata realizzata la brochure istituzionale di Visit Piemonte, distribuita presso lo stand della Regione Piemonte nel “Villaggio dei Comuni Italiani” durante l’evento “ANCI OFF”. Questo strumento ha svolto un ruolo fondamentale nella promozione delle eccellenze del nostro territorio.

Visit Piemonte ha seguito ogni fase del processo, occupandosi di:

- ideazione e sviluppo delle grafiche;
- revisione e ottimizzazione dei contenuti;
- traduzione dei testi;
- realizzazione dei file esecutivi per la stampa.

Per la produzione, si è proceduto all’individuazione del fornitore, garantendo la stampa di circa 500 copie in italiano nel formato A4 e di circa 2.000 copie in formato A5 in versione bilingue italiano/inglese. Tutte le copie sono state adeguatamente stoccate nel magazzino di Visit Piemonte.

Durante l'evento "ANCI OFF", si è inoltre provveduto al rifornimento quotidiano delle brochure presso lo stand della Regione Piemonte.

GADGET brandizzati Piemonte

Per valorizzare ulteriormente la presenza della Regione Piemonte, sono stati realizzati gadget in vari colori, distribuiti come omaggio ai visitatori interessati alla nostra destinazione.

Nel dettaglio, a seguito di un'attenta selezione di fornitori, sono stati realizzati i seguenti pezzi: 1.700 borse in stoffa, 1.000 lanyard, 1.700 penne, 5.000 braccialetti in silicone, 600 agende, 1.300 etichette per valigia.





AREA MARKETING

ATTIVITÀ ORDINARIE

MARKETING AGROALIMENTARE

Introduzione

Proseguendo il lavoro avviato nelle annualità precedenti, nel corso del 2024 è stato **potenziato il sostegno verso il sistema agroalimentare regionale**, attraverso azioni di supporto allo sviluppo strategico e azioni operative dedicate alle specifiche **filiere di prodotto**, unitamente ad azioni di promo comunicazione integrate con attività inserite nel piano di attività di Visit Piemonte anche in collaborazione con CEIPiemonte e i Consorzi di tutela.

Obiettivi

- Valorizzare le **produzioni agroalimentari di qualità**.
- Promuovere la scelta dei **prodotti agroalimentari di qualità nella ristorazione** a tutti i livelli.
- Condividere la **strategia regionale** all'interno del contesto nazionale.

Strategia

- Individuare **eventi piemontesi già in essere** che hanno la finalità di promozione delle **produzioni agroalimentari di qualità**.
- Individuare **soggetti e luoghi opportuni** per promuovere la scelta di prodotti agroalimentari di qualità nella ristorazione.
- Promuovere **l'analisi dello stato dell'arte dei settori produttivi di interesse**, descrivendo le criticità, i punti di forza, le minacce e le opportunità che caratterizzano la produzione del settore prendendo in considerazione sia i temi tecnici e produttivi, sia la situazione di mercato di queste produzioni, coinvolgendo istituzioni scientifiche, tecniche, economiche e amministrative, operanti nella Regione Piemonte e nelle altre realtà nazionali con un focus specifico sulle metodologie biologiche.
- Promuovere la **condivisione della strategia del Piemonte** all'interno del panorama italiano.

Attività in sintesi

- Progettare e realizzare in collaborazione con i Comuni piemontesi la **promozione di eventi e fiere e sagre locali che valorizzano le produzioni agroalimentari di qualità, compreso il settore florovivaistico** con relativa risonanza mediatica.
- Progettare e realizzare **in collaborazione con i soggetti e nei luoghi** individuati come opportuni **per promuovere la scelta di prodotti agroalimentari di qualità, campagne di comunicazione e shooting e**

valorizzazione ad hoc.

- Promuovere settori innovativi dal punto di vista agroalimentare e turistico.
- Partecipare e organizzare **eventi di risonanza nazionale e internazionale.**

Piemla - La mela del Piemonte. Unica, come te” a Fruttinfiore di Lagnasco

Nel 2023 la Direzione Regionale Agricoltura e cibo ha espresso la necessità di attivare una campagna informativa e promozionale della mela coltivata e raccolta in Piemonte per creare valore e rispondere al contempo alle diverse esigenze dei produttori locali, delle istituzioni e dei consumatori. L'identità visiva ha visto l'ideazione di un naming e del pay off promozionale identificativo dell'iniziativa, unitamente a un segno grafico caratterizzante in abbinamento: Piemla. La mela del Piemonte Unica, come te.

La promozione è passata attraverso le Organizzazioni dei Produttori e alle quattro catene della GDO con ipermercati operanti nell'intero territorio regionale che hanno manifestato interesse ad aderire al progetto, riscontrando significativi incrementi delle vendite di mela piemontese: Carrefour (con 20 punti vendita coinvolti), Bennet (21 punti vendita), Despar (98 punti vendita) e NovaCoop (32 punti vendita). Le finalità della campagna e i dati sono stati illustrati dall'Assessore regionale all'Agricoltura e cibo, Marco Protopapa, e dai rappresentanti della Gdo coinvolti in occasione della conferenza stampa di presentazione del progetto che si è tenuta il 24 gennaio 2024 al Grattacielo Regione Piemonte. Sono intervenuti, inoltre, Domenico Sacchetto, presidente dell'Associazione Organizzazione Produttori Piemonte, i rappresentanti delle organizzazioni agricole e della stampa regionale.

La promozione è proseguita con l'allestimento di un corner promozionale alla XXII edizione di Fruttinfiore, la manifestazione dedicata alla migliore produzione frutticola del Distretto della Frutta di Lagnasco, che si è svolta dal 5 al 7 aprile, attirando oltre 40 mila visitatori da tutta la regione e non solo. Sono state distribuite le cartoline promozionali di Piemla, oltre che brochure tematiche di valorizzazione dei prodotti di qualità certificati del Piemonte (DOCG, DOC, IGIP, PAT) e delle attrazioni turistiche dell'intero territorio regionale.





Anno del nuovo vitigno

Il **Brachetto DOCG** è, per Regione Piemonte, il “Vitigno dell’anno” 2024 nell’ambito dell’iniziativa che da alcuni anni punta a valorizzare e a raccontare i vitigni autoctoni del Piemonte al grande pubblico, dopo il Dolcetto nel 2019, il Cortese nel 2020/2021, la Freisa nel 2022 e l’Erbaluce nel 2023.

Il progetto Vitigno dell’anno mira a focalizzare l'attenzione sulle produzioni di qualità certificate che caratterizzano profondamente interi territori e che, pur presentando elevate qualità intrinseche del prodotto e potenzialità competitive sui mercati nazionali e internazionali, necessitano di specifiche azioni di valorizzazione sul territorio.

L'attenzione sul Brachetto, quindi, è durata per tutto il 2024, accompagnando sia l'Assessorato Agricoltura e cibo in tutti gli eventi rivolti al grande pubblico ai quali ha partecipato, sia il Consorzio di Tutela del Brachetto nelle sue attività promozionali.

Visit Piemonte, in collaborazione con Regione Piemonte e con il Consorzio Tutela Vini d’Acqui, si è occupata dell’organizzazione dell’evento promozionale **BrachetTo live** rivolto al grande pubblico e alla stampa locale che si è svolto **dal 18 al 21 luglio** presso **l’area dei Murazzi del Po, a Torino**.

Obiettivo della manifestazione è stato quello di valorizzare il Brachetto DOCG verso i consumatori finali stimolando l'interesse e l’apprezzamento per il prodotto in nuovi segmenti di pubblico.

192

Nelle quattro serate il Brachetto DOCG è stato protagonista negli otto locali dei Murazzi: Capodoglio, Vermoutheria, Peliti's, Gianca, Bomaki Murazzi, Porto Urbano, Magazzino sul Po, The Beach e Contrada Murazzi hanno preparato tre innovativi cocktails a base di Brachetto - rimasti nella drink list per tutto il fine settimana - e hanno proposto il Brachetto d’Acqui DOCG in purezza nelle sue diverse tipologie: la versione spumante, frizzante, passita, ma anche Rosé, mentre spettacoli dal vivo, musica e intrattenimento hanno animato le serate.

Giovedì 18 luglio è stata organizzata una **conferenza stampa** per media locali, istituzioni, associazioni di categoria, consorzi di tutela c/o il locale **Capodoglio**, seguita da una degustazione di Brachetto DOCG accompagnata da prodotti gastronomici tipici locali all’interno dello **spazio incontri Contrada**. Hanno partecipato il neo Assessore al Commercio, Agricoltura e cibo – Paolo Bongioanni, il Presidente del Consorzio Tutela dei Vini di Acqui – Paolo Ricagno, il Presidente del CdA di Visit Piemonte – Beppe Carlevaris.

Per l’occasione, sono stati predisposti materiali per l’allestimento degli spazi – totem autoportanti e pareti in tessuto – oltre che cartoline promozionali e salvagoccia.



Il Brachetto è stato designato da Regione Piemonte "Vigna dell'anno 2024", iniziativa che da alcuni anni punta a valorizzare e a raccontare i vigneti autoctoni del Piemonte e i loro territori al grande pubblico.

Il Brachetto è un vitigno a bacca nera tra i più antichi del Piemonte: ha ottenuto la prima Doc nel 1968 e poi la Docg nel 1998 (Brachetto d'Acqui DOCG e Acqui DOCG e Piemonte Brachetto DOC).

Protagonista tra i grandi vini aromatici, si distingue per le molte caratteristiche organolettiche esclusive: i colori porpora e rubino con riflessi violacei e rosati, il profumo unico di rosa e frutta matura con un gusto delicato e mediano. L'abbinamento più tradizionale è con i dolci e, grazie alla sua versatilità, il Brachetto d'Acqui sorprende il sorprendente con i cibi piccanti e speziati e con formaggi e i salumi, oltre che essere servito come aperitivo. Viene prodotto nella tipologia Spumante, Rosé Brut e Pinole.

In Piemonte, la zona di produzione del vitigno Brachetto comprende il territorio nell'Alta Monferrato, con 26 comuni coinvolti appartenenti alla provincia di Alessandria e Asti, per un totale di 360 aziende vitivinicole produttrici.

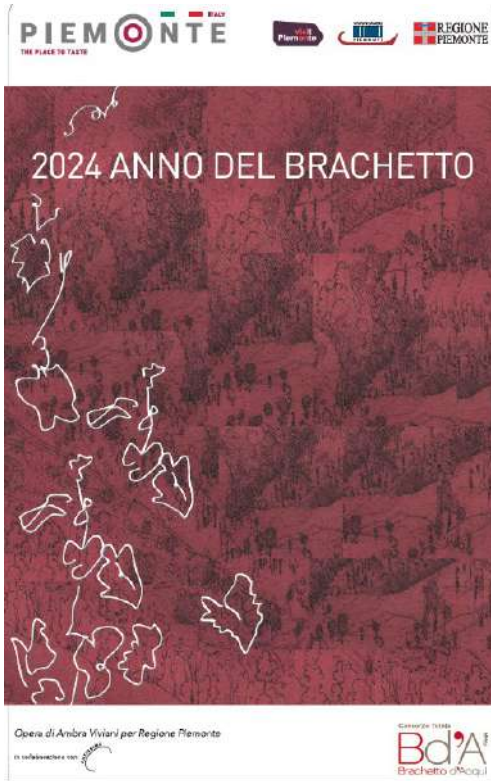
Qui dentro, opera di Ambra Viviani, grande artista e curatrice del territorio. Un'opera contemporanea per il Piemonte del vino.

Il Brachetto d'Acqui, il Piemonte del vino e dell'arte.

Scopri di più!

Brachetto d'Acqui

Cartolina



Totem e parete

Salvagoccia





La promozione del Vitigno dell'Anno è proseguita in occasione di altri eventi a cui Regione Piemonte e Visit Piemonte hanno partecipato o hanno organizzato direttamente, quali:

- **EXPOSED Torino Foto Festival | Torino, 2 maggio – 2 giugno**

Le **OGR** hanno ospitato la prima edizione di **EXPOSED Torino Foto Festival**, il nuovo **Festival Internazionale di Fotografia** promosso da Città di Torino, Regione Piemonte, Camera di commercio di Torino, Intesa Sanpaolo, Fondazione Compagnia di San Paolo e Fondazione per l'Arte Moderna e Contemporanea CRT e organizzato da Fondazione per la Cultura Torino. **EXPOSED** nasce dalla volontà di sottolineare la vocazione culturale e artistica della città, che vede nelle iniziative incentrate su creatività e innovazione alcuni tra i principali motori di sviluppo e fattori di crescita, non solo turistica, del territorio. La manifestazione è direttamente collegata ad **Artissima**, evento da cui prende forma, ogni anno, l'**etichetta d'autore** che caratterizza il "**Vitigno dell'Anno**" per Regione Piemonte. Cogliendo questa occasione, i galleristi presenti all'esposizione sono stati omaggiati con **Brachetto DOCG**.

- **G7 dell'Agricoltura ed Expo Divinazione | Siracusa, 21 – 29 settembre**

Nel corso del mese di **settembre** si è tenuta a **Siracusa** la riunione dei **Ministri dell'Agricoltura del G7**. Nel contesto dell'evento istituzionale di livello internazionale, il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste ha organizzato un'esposizione in cui l'Italia che produce ha messo in vetrina le sue eccellenze. Le manifestazioni collaterali sono state organizzate nell'isola di **Ortigia** e sono durate 9 giorni, dal **21 al 29 settembre** con stand espositivi, degustazioni, momenti di intrattenimento su tutto il centro storico, spettacoli musicali e sportivi, nonché eventi convegnistici. La Regione Piemonte – Direzione Agricoltura e cibo – ha partecipato all'evento attraverso Visit Piemonte e

in collaborazione con 7 Regioni che hanno deciso di organizzare una presenza congiunta al fine di ottimizzare gli spazi e i costi: Valle d'Aosta, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Provincia Autonoma di Trento, Alto Adige, Friuli Venezia Giulia. È stata allestita una tensostruttura in piazza d'Armi a Ortigia (Siracusa), ideata per ospitare i desk istituzionali delle Regioni e un'area per incontri, degustazioni e animazioni che sono state organizzate da ogni Ente, ma gestite e coordinate in modo centralizzato. Le degustazioni sono state strutturate in modo che ogni Regione avesse uno slot in ogni giornata, così da garantire un'equa visibilità. La **Regione Piemonte** ha organizzato **9 degustazioni**, di queste, **2** sono state **dedicate** alla promozione e valorizzazione del **Brachetto DOCG**;

- **Terra Madre | Salone del Gusto | Torino, 26-30 settembre**

La Regione Piemonte, attraverso Visit Piemonte, ha partecipato alla 15esima edizione di Terra Madre Salone del Gusto, organizzato al Parco Dora di Torino. Tra gli **oltre 40 appuntamenti** che hanno animato i 400 mq dedicati alla Regione Piemonte e al suo articolato sistema agroalimentare ed enogastronomico, **2** sono stati **dedicati alla "Scoperta del Brachetto, Vitigno dell'Anno 2024"**, **9** si sono chiusi con il **brindisi** con il **Brachetto DOCG**, così come l'**inaugurazione** dello stand e il momento di **chiusura**;

- **Festival delle Regioni | Bari, 22-29 ottobre**

Per il terzo anno consecutivo si è svolto il **"L'Italia delle Regioni - Festival delle Regioni"**, organizzato dalla Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, quest'anno in collaborazione con la Regione Puglia (l'edizione 2023 era stata ospitata dalla Regione Piemonte).

Anche in questa edizione, è stato allestito il **"Villaggio delle Regioni"**: uno spazio dedicato al confronto e agli eventi volti a valorizzare e a promuovere le singole Regioni. Per l'occasione **la Regione Piemonte** ha organizzato delle **degustazioni** a base di prodotti tipici locali e di qualità certificata, in abbinamento al **Brachetto DOCG**;

- **ARTISSIMA | Torino, 1-3 novembre**

Artissima è la principale **fiera d'arte contemporanea** in Italia. Sin dalla sua fondazione nel 1994, unisce la presenza nel mercato internazionale a una grande attenzione per la sperimentazione e la ricerca. **L'edizione 2024** ha accolto negli spazi dell'Oval 189 gallerie italiane e internazionali, un'ottima vetrina per il territorio che ospita l'evento.

Anche quest'anno è stata attivata la **collaborazione** tra **Artissima** e **Regione Piemonte** per **promuovere** i **vini** tutelati dal Consorzio Piemonte Land of Wine nell'ambito della kermesse internazionale: appassionati, artisti e collezionisti hanno assaporato l'offerta enologica regionale, al bancone di un'enoteca allestita nel parterre, la cui immagine grafica è stata firmata da Ambra Viviani, vincitrice della decima edizione del progetto **"L'arte contemporanea per il Piemonte del vino"**, immagine che ha

contrassegnato il “**Vitigno dell’Anno 2024**” per Regione Piemonte: il **Brachetto DOCG**. Tra le degustazioni organizzate da Piemonte Land of Wine il Brachetto è stato il protagonista assoluto, a cui sono stati dedicati dei momenti di presentazione ad hoc.

- **Nitto ATP Finals | Torino, 10-17 novembre**

Per il quarto anno consecutivo Torino e il Piemonte hanno accolto le **Nitto ATP Finals**, organizzate da FITP (Federazione Italiana Tennis e Padel) e ATP (Associazione Tennisti Professionisti), ospitate all’INALPI Arena dal 10 al 17 novembre.

Per ricevere al meglio il pubblico che ha scelto di venire nella nostra città per seguire l’evento e per coinvolgere i cittadini, anche quest’anno Regione Piemonte, Città di Torino, Camera di commercio di Torino, in collaborazione con Visit Piemonte e Turismo Torino e Provincia, hanno organizzato un ricco programma di appuntamenti collaterali: talk, degustazioni, mostre, visite guidate, eventi diffusi.

In particolare, all’**Archivio di Stato**, è stata allestita la “**Casa Gusto**”, uno spazio per le degustazioni guidate delle eccellenze enogastronomiche del territorio, organizzate da Camera di commercio di Torino e Regione Piemonte. La Direzione Agricoltura e cibo Regione Piemonte ha proposto una serie di degustazioni organizzate in collaborazione ai Consorzi di tutela per mettere in luce le eccellenze enogastronomiche regionali. **Tra i 16 appuntamenti** che hanno animato Casa del Gusto, **1** è stato dedicato alla “**Scoperta del Brachetto, Vitigno dell’Anno 2024**” in purezza e con un particolare cocktail preparato per l’occasione, a dimostrazione della versatilità di questo vitigno, **9** sono stati dedicati alla presentazione di prodotti di qualità certificati, in abbinamento al **Brachetto DOCG**.

- **41ª Assemblea ANCI 2024 | Torino, 20-22 novembre**

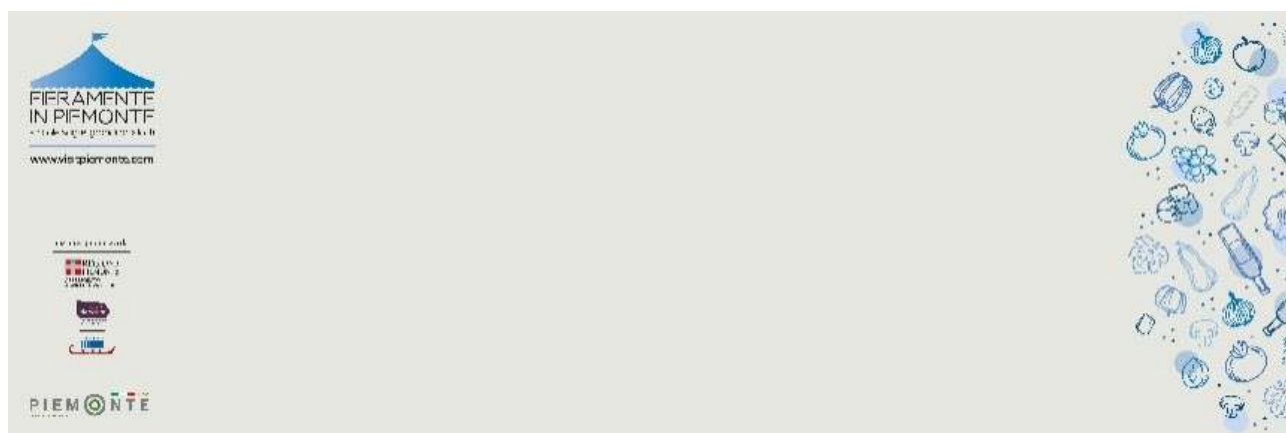
Dal 20 al 22 novembre, **Torino** ha ospitato la **41ª Assemblea Annuale ANCI**, nei padiglioni del **Lingotto**. L’evento ha preso il via mercoledì **20 novembre con la cerimonia inaugurale**, alla quale ha partecipato il **Presidente della Repubblica**, Sergio Mattarella. **Oltre 5.000 i sindaci e gli amministratori locali** giunti da **tutta Italia** con il compito di eleggere il nuovo presidente nazionale dell’ANCI. Per l’occasione, Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e cibo e Città di Torino, attraverso la collaborazione della Camera di Commercio di Torino e di Turismo Torino e Provincia, hanno organizzato delle **degustazioni di prodotti tipici piemontesi**, serviti in abbinamento al **Brachetto DOCG**.

Fieramente in Piemonte. Piccole sagre, grandi prodotti

Il Piemonte è conosciuto e riconosciuto a livello nazionale e internazionale come territorio d'eccellenza per le produzioni enogastronomiche di qualità. Il vino è protagonista con 19 DOCG e 41 DOC prodotti in oltre 45.000 ettari di vigneti, molti dei quali inclusi nei "Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero Monferrato" patrimonio mondiale dell'UNESCO dal 2014. Il territorio piemontese esprime anche 10 formaggi DOP, 13 prodotti IGP (carni, salumi, pesci e ortofrutticoli) e quasi 350 produzioni tradizionali (PAT).

L'Amministrazione Regionale si impegna costantemente per promuovere e tutelare questo immenso patrimonio che va oltre gli aspetti economico-produttivi delle singole aziende agricole, abbracciando la storia e la cultura diffusa e differenziata del territorio. A livello internazionale il Piemonte ospita appuntamenti di grande prestigio: TerraMadre | Salone del Gusto a Torino, Cheese a Bra, Fiera Internazionale del Tartufo Bianco ad Alba, Douja d'Or ad Asti che attirano numerosi visitatori e appassionati; tuttavia è opportuno integrare questi grandi momenti mettendo in rete e valorizzando le decine e decine di piccole iniziative a carattere locale che costituiscono la storia e la cultura diffusa e differenziata sul territorio fatto di piccoli borghi e villaggi ricchi di emozionanti sagre e fiere, partendo dal calendario "Manifestazioni Fieristiche e Sagre" che la Regione Piemonte pubblica annualmente. Da questi presupposti, nel 2023, Visit Piemonte, su incarico della Direzione Agricoltura e cibo della Regione Piemonte, ha dato avvio al progetto "Fieramente in Piemonte. Piccole sagre, grandi prodotti" per valorizzare e promuovere a livello regionale e nazionale – nelle regioni di prossimità - le numerose iniziative enogastronomiche locali caratterizzate dalla tipicità dei prodotti locali e dalla tradizione.

Per mettere a sistema le molteplici realtà che a livello locale promuovono i prodotti agroalimentari di qualità (DOC, DOCG, DOP, IGP, PAT), attraverso la realizzazione di fiere e sagre, è stato creato un format grafico comune per promuovere questi eventi minori, più sostenibili e diffusi su tutto il territorio regionale, affinché diventino un completamento e un rafforzamento dei grandi eventi. Sono stati realizzati il logo con un segno grafico distintivo e il format per advertising con relativa declinazione per i materiali cartacei per rendere riconoscibile al pubblico gli eventi "Fieramente in Piemonte" e il relativo calendario su manifesti, inserzioni pubblicitarie, prodotti editoriali e social network nel corso di tutto il 2024. Le fiere/sagre iscritte al progetto sono **87**.



Striscione



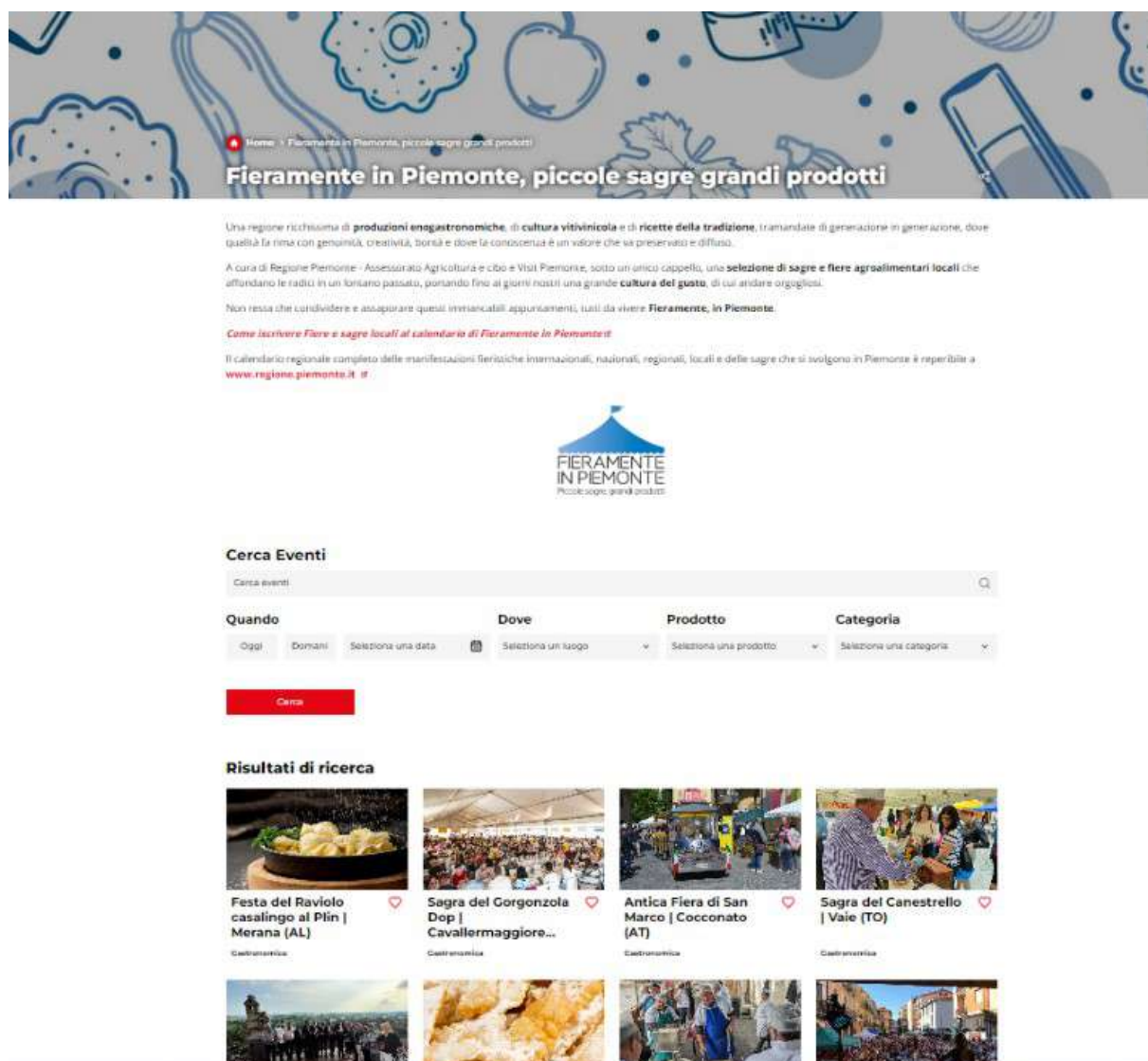
Manifesto

È stata creata una sezione ad hoc sul sito b2c di Visit Piemonte dove si è partiti con la pubblicazione di 58 fiere e sagre proposte da 54 Comuni. I Comuni titolari delle iniziative, identificate come ammissibili ai fini del progetto, sono stati invitati ad aderire su base volontaria. La selezione degli eventi è stata realizzata a partire dagli appuntamenti di carattere enogastronomico contenuti nel calendario “Manifestazioni Fieristiche e Sagre”, pubblicato annualmente dalla Regione.

L’elenco è consultabile al link:

<https://www.visitpiemonte.com/it/gusto/fieramente-piemonte-piccole-sagre-grandi-prodotti>.

Per ogni fiera e sagra è presente una scheda informativa dedicata, contenente le principali informazioni sull’evento e dalla quale si possono approfondire le caratteristiche del prodotto enogastronomico principale sul portale istituzionale Piemonte Agri Qualità.



Home / Fieramente in Piemonte, piccole sagre grandi prodotti

Fieramente in Piemonte, piccole sagre grandi prodotti

Una regione ricchissima di **produzioni enogastronomiche**, di **cultura vitivinicola** e di **ricette della tradizione**, tramandate di generazione in generazione, dove quella fa rima con gentilità, creatività, bontà e dove la conoscenza è un valore che si preserva e si diffonde.

A cura di Regione Piemonte - Assessorato Agricoltura e cibo e Visit Piemonte, sotto un unico cappello, una **selezione di sagre e fiere agroalimentari locali** che affondano le radici in un lontano passato, portando fino ai giorni nostri una grande **cultura del gusto**, di cui andare orgogliosi.

Non resta che condividere e assaporare questi inimitabili appuntamenti, tutti da vivere **Fieramente, in Piemonte**.

Come iscriverci Fiere e sagre locali al calendario di Fieramente in Piemonte

Il calendario regionale completo delle manifestazioni fieristiche internazionali, nazionali, regionali, locali e delle sagre che si svolgono in Piemonte è reperibile a www.regione.piemonte.it

FIERAMENTE IN PIEMONTE
Piccole sagre grandi prodotti

Cerca Eventi

Cerca eventi

Quando	Dove	Prodotto	Categoria
Oggi Domani Seleziona una data	Seleziona un luogo	Seleziona un prodotto	Seleziona una categoria

[Cerca](#)

Risultati di ricerca



Festa del Raviolo casalingo al Pin | Merana (AL)
Cateronomia



Sagra del Gorgonzola Dop | Cavallermaggiore...
Cateronomia



Antica Fiera di San Marco | Cocconato (AT)
Cateronomia



Sagra del Canestrello | Vaie (TO)
Cateronomia



Festa del Raviolo casalingo al Pin | Merana (AL)
Cateronomia



Sagra del Gorgonzola Dop | Cavallermaggiore...
Cateronomia



Antica Fiera di San Marco | Cocconato (AT)
Cateronomia



Sagra del Canestrello | Vaie (TO)
Cateronomia

Nel corso dell'anno sono state gestite le comunicazioni verso i Comuni e le Pro Loco organizzatori degli eventi impostando un flusso che, dopo la prima comunicazione generale di avvio progetto (con info su format grafico e invio file aperti), ha visto l'invio di un reminder per l'utilizzo del format il mese precedente la calendarizzazione della sagra/fiera (quindi personalizzato) e un successivo reminder con richiesta di invio dei materiali post evento. Segue il timing delle comunicazioni.

FIERAMENTE IN PIEMONTE TIMING INVIO COMUNICAZIONI								
	maggio-24	giugno-24	luglio-24	agosto-24	settembre-24	ottobre-24	novembre-24	dicembre-24
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 24/04		3						
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di giugno (post par condicio)	30							
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 30/05		25						
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di luglio		17						
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 17/06			30					
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di agosto			11					
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail dell' 11/07					3			
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di settembre				6				
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 06/08						1		
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di ottobre					11			
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 11/09						29		
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di novembre						14		
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 14/10								3
Invio comunicazione utilizzo format + report x sagre di dicembre							12	
Invio comunicazione REPORT a destinatari mail del 12/11								23

Contestualmente è stata monitorata la consegna dei bicchieri prevista per gli aderenti al progetto.

Segue il calendario delle consegne.

N°	DATA DI SVOLGIMENTO	FIERA/SAGRA	COMUNE	QUANTITÀ	CONSEGNA
1	09/03/2024	Festa Del Tartufo Nero	Scagnello	1500	07/03/2024
2	10/03/2024	Sagra Del Polentonissimo	Monastero Bormida	1500	07/03/2024
3	28/07/2024	Fiera Regionale Bovina Di San Desiderio		1500	14/05/2024
4	01/04/2024	Sagra Pucia di Rocchetta	Spigno Monferrato	3000	01/03/2024
5	08/09/2024	Sagra "Settembre spignese"			
6	07/04/2024	103 Polentone di Bubbio	Bubbio	1500	01/03/2024
7	07/04/2024	19^ Sagra del salame di cinghiale	Val della Torre	1500	01/03/2024
8	19/04/2024	Sagra Del Gorgonzola Dop	Cavallermaggiore	1500	09/03/2024
9	25/04/2024	Antica Fiera Di San Marco	Cocconato	1500	01/03/2024
10	12/05/2024	Sagra Del Canestrello	Vaie	1500	01/03/2024
11	17/05/2024	DiVIN Mongröss	Montegrosso d'Asti	1500	17/05/2024
12	19/05/2024	Sagra Delle Bugie	Denice	3000	17/05/2024
13	09/08/2024	Festa Patronale Di San Lorenzo			
14	19/05/2024	Sagra Delle Frittelle	Cessole	1500	17/05/2024
15	24/05/2024	Sagra Del Canastrel	Montanaro	1500	17/05/2024
16	25/05/2024	Baratuciat Vitigno Divino	Almese	1500	20/05/2024
17	25/05/2024	Rosa E Rosso Di Maggio	Gattinara	3000	20/05/2024
18	06/09/2024	Luva®			
19	26/05/2024	Sagra delle Fragole	Castelletto d'Erro	1500	14/05/2024
20	26/05/2024	Cellarinia	Cellarengo	1500	20/05/2024
21	26/05/2024	Sagra Delle Ciliegie	Rivarone	1500	14/05/2024
22	26/05/2024	Festa Del Busle	Visone	1500	17/05/2024
23	31/05/2024	Barbera Unplugged	Agliano Terme	3000	20/05/2024
24	12/10/2024	Barbera Fish Festival			
25	31/05/2024	Sagra Delle Fragole E Dell'Agnolotto Predosino De.Co.	Predosa	4500	14/05/2024
26	07/08/2024	Sagra del Bollito Misto alla piemontese con Bagnet			
27	15/08/2024	Sagra dei Salamini d'Asino			
28	02/06/2024	Gran Polentone No Stop	Roccoverano	3000	14/05/2024
29	30/06/2024	XXIII Fiera Carrettesca			
30	07/06/2024	Festa Del Raviolo Casalingo Al Plin	Merana	1500	31/05/2024
31	09/06/2024	Sagra Della Fragola	Peveragno	1500	31/05/2024
32	22/06/2024	Sagra Del Risotto Al Capriolo e Festa del Vino	Bistagno	1500	10/06/2024
33	22/06/2024	Sagra Della Lela	Castellino Tanaro	1500	11/06/2024
34	22/06/2024	Mostra del Vino "Sizzano DOC"	Sizzano	3000	31/05/2024
35	22/09/2024	Benvenuta Vendemmia			
36	23/06/2024	Sagra della Friciula "d'Arse"	Melazzo	1500	14/05/2024
37	12/07/2024	Mostra Nazionale Della Toma Di Lanzo E Dei Formaggi D'Alpeggio	Usseglio	1500	31/05/2024
38	19/07/2024	Sagra del Rabaton	Castelnuovo Bormida	1500	14/05/2024
39	19/07/2024	Sagra del Barbera	San Martino Alfieri	1500	10/07/2024
40	20/07/2024	Sagra Del Melone	Isola Sant'Antonio	1500	10/06/2024
41	26/07/2024	Sagra della Focaccina di Ovrano - De.Co. Acqui Terme	Acqui Terme	1500	26/06/2024
42	26/07/2024	Sagra del Sedano	Alluvioni Piovera	1500	10/06/2024
43	27/07/2024	Sagra tagliatella e Cinghiale	Basaluzzo	1500	14/05/2024
44	27/07/2024	Festa Dell'Agricoltura	Pareto	1500	28/06/2024
45	01/08/2024	Sagra Della Porchetta E Dello Zucchini De.Co	Casal Cermelli	3000	26/06/2024
46	02/11/2024	Pranzo Del Cavolo Di San Giovanni			
47	07/09/2024	Sagra della Polenta	Castelletto Monferrato	3000	14/05/2024
48	03/08/2024	Sagra della Torta di Nocciole			
49	03/08/2024	Sagra della Pesca ripiena	Rocca Canavese	1500	28/06/2024
50	04/08/2024	Fiera Regionale Dello Zucchini De.Co.	Rivalta Bormida	1500	14/05/2024
51	11/08/2024	Sagra Del Cinghiale	Morbello	1500	14/05/2024
52	14/08/2024	Sagra Della Raschera E Del Bruss	Frabosa Soprana	1500	31/05/2024
53	30/08/2024	Sagra Del Pomodoro Costoluto	Cambiano	1500	04/06/2024
54	01/09/2024	Sagra Mercato dell'Aglio	Molino dei Torti	1500	14/05/2024
55	01/09/2024	Sagra Della Patata Di Mocchie	Condove	3000	10/07/2024
56	12/10/2024	Fiera Della Toma	Giaveno	1500	10/07/2024
57	08/09/2024	Giaveno Città Del Buon Pane			
58	08/09/2024	Sagra del Fungo	PONZONE	1500	14/05/2024
59	13/09/2024	Tuttomiele	Bruzolo	1500	29/07/2024
60	14/09/2024	Mostra Del Fungo	Ceva	1500	11/06/2024
61	15/09/2024	Gusto Di Meliga	Chiusa Di San Michele	1500	10/07/2024
62	15/09/2024	Frutti E Buoi Dei Paesi Tuoi	Frascaro	1500	26/06/2024
63	15/09/2024	Agrifiera Polli E Buoi Dei Paesi Tuoi	Tonco	1500	29/07/2024
64	20/09/2024	Fiera D'Autunno - Sagra Gnocchi Al Castelmagno	Caraglio	1500	31/05/2024
65	22/09/2024	Sagra della Patata	Villastellone	1500	04/06/2024
66	28/09/2024	Fiera Del Miele E Mostra Mercato Dei Prodotti Agroalimentari E Dell'Artigianato Locali	Marentino	2400	05/06/2024
67	28/09/2024	Meliga Day	Sant'Ambrogio Di Torino	1500	10/07/2024
68	29/09/2024	La Bionda in tavola	Avigliana	1500	10/07/2024
69	29/09/2024	Sagra del pane	Piobesi Torinese	1500	04/06/2024
70	05/10/2024	Sagra Della Patata	Prazzo Inferiore	1500	29/07/2024
71	06/10/2024	Fiera Franca	Oulx	1500	29/07/2024
72	06/10/2024	Vendemmia In Arte	Rosignano Monferrato	1500	14/05/2024
73	10/10/2024	Fiera "Città Della Nocciola"	Castellero	2400	09/10/2024
74	12/10/2024	Sagra Del Ciapinabò	Carignano	1500	
75	13/10/2024	Festa del Cece di Nucetto	Nucetto	1500	11/06/2024
76	13/10/2024	Sagra Delle Mele Antiche	Soriso	1500	29/07/2024
77	18/10/2024	Fuori Di Zucca	Santa Maria Maggiore	1500	29/07/2024
78	20/10/2024	Festa Rurale del Cevrin di Coazze	Coazze	1500	10/07/2024
79	20/10/2024	Ferrere Miele	Ferrere	1500	29/07/2024
80	27/10/2024	La Fira D'La Calà E La Fira D'La Pouia	Bobbio Pellice	1500	05/08/2024
81	27/10/2024	Fiera Agricola Autunnale Di Ognissanti	Castellamonte	1500	20/06/2024
82	29/11/2024	Sagra Del Batzoa	Isola D'Asti	1500	ANNULLATA
83	05/12/2024	Fiera Fredda	Borgo San Dalmazzo	2350	
84	08/12/2024	Fiera Regionale Del Bue Grasso	Montechiaro D'Acqui	1500	14/05/2024
85	08/12/2024	Fiera Del Cappone	San Damiano D' Asti	2350	09/10/2024
86	15/12/2024	Fiera Nazionale Del Cappone Di Morozzo	Morozzo	2350	09/10/2024
87	19/12/2024	Racconigi In Trippa	Racconigi	2350	09/10/2024
88			Ponti	1500	09-ott
				134200	

Ed è stato monitorato l'andamento della campagna di comunicazione che prevede:

- **tabellari su:** La Stampa Edizione Torino (14/02), Il Giornale (21/02), la Repubblica Edizione Genova (28/02), Il Corriere Milano (06/03);
- **social media:** 4 post di lancio progetto generale, 10 post lancio eventi mensili (da marzo a dicembre), attività ghost, attività sponsorizzata (in corso);
- **google ads:** campagna search e display, con creazione di annunci testuali search e 5 banner pubblicitari ad hoc; attività sponsorizzata Google ads (in corso).

Il 19 gennaio 2024 è stata organizzata una conferenza stampa di presentazione e lancio del progetto a Torino, al Palazzo della Regione Piemonte, con la partecipazione degli amministratori locali coinvolti, dei rappresentanti di Uncem (Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani), Anci (Associazione Nazionale Comuni Italiani) e Anpci (Associazione Nazionale Piccoli Comuni di Italia). Sono intervenuti l'assessore all'Agricoltura e cibo della Regione Piemonte Marco Protopapa e la consigliera del Cda di Visit Piemonte, Michela Bianchi. Sono stati pubblicati 24 articoli sulle seguenti testate: e20express, Cronaca Qui Torino, lancora.it, lagendanews.com, La Nuova Provincia di Biella, ilcorriere.net, torinocronaca.it, mag.corriereal.info, Agenparl.it, obiettivonews.it, ilpiccolo.net, viniepercorsipiemontesi.it, AdvExpress.it, atnews.it, 100torri.it, 24ovest.it, ansa.it, chivassoggi.it, newsbiella.it, notiziepiemonte.it, piazzapinerolese.it, radiogold.it, torinoggi.it, venaria24.it.

202

In seguito alla conferenza stampa, numerosi Comuni hanno fatto richiesta di partecipare al progetto, proponendo fiere e sagre rispondenti alle caratteristiche richieste. Le nuove adesioni hanno portato al raggiungimento di 87 eventi e 75 Comuni.



con la partecipazione dell'Assessore all'Agricoltura e cibo della Regione Piemonte Marco Protopapa, del senatore Giorgio Maria Bergesio, del presidente della Famija Piemontèisa -

Il 21 febbraio a Roma, all'Hotel Massimo d'Azeglio, è stato organizzato un incontro di presentazione del progetto, moderato dalla giornalista Maria Teresa Lamberti di Radio Rai,



Associazione Piemontesi a Roma, Enrico Morbelli. Sono inoltre intervenuti una rappresentanza dei sindaci dei Comuni piemontesi che hanno aderito al progetto e dei Consorzi dei produttori, il vicepresidente ANPCI Arturo Manera (Associazione nazionale Piccoli Comuni d'Italia). Presenti alcune associazioni del turismo, tour operator e giornalisti di settore.

Sono stati pubblicati 17 articoli sulle seguenti testate: specchioeconomico.com, Agenparl.it, OssolaNews.it, agenfood.it, iltorinese.it, ansa.it, italiannetwork.it, cuneodice.it, lavocediasti.it, ilcorriere.net, newsbiella.it, torinoggi.it.

Infine, sono stati realizzati 130.000 bicchieri compostabili graficati "Fieramente in Piemonte" da distribuire ai Comuni aderenti al progetto per promuovere attivamente il progetto e 4.000 cartoline da distribuire in occasione di eventi e fiere a cui parteciperà la Regione Piemonte e Visit Piemonte nel corso dell'anno.

Allegati: report delle campagne di comunicazione.



Terra Madre | Salone del Gusto

La Regione Piemonte, attraverso Visit Piemonte, ha partecipato alla 15esima edizione di **Terra Madre | Salone del Gusto**, che si è svolta al Parco Dora di **Torino** dal **26 al 30 settembre 2024**.

È stato allestito uno stand di 400 mq – l’**”Area Piemonte”** - all’interno della zona del Salone dedicata ai produttori piemontesi. L’area era composta da **2 parti tra loro integrate e comunicanti**, ma a cura di soggetti diversi:

1. **Parte istituzionale Regione Piemonte** di 200 mq, allestita a cura della Direzione Agricoltura e cibo e di Visit Piemonte;
2. **Parte consortile/associativa**, non commerciale, di 200 mq dedicata alla carne di razza piemontese a cura dei Consorzi Coalvi, Carni Qualità Piemonte, La Granda; alla frutticoltura a cura di AOP Piemonte; ai formaggi DOP a cura di Alte Terre - LOST, progetto europeo dedicato alla sostenibilità e alla promozione delle piccole denominazioni casearie.

Le 2 parti sono state pensate e realizzate per essere fruibili come **un’area comune** e riconoscibili da una **grafica unitaria**, la cui ideazione è stata eseguita da personale interno a Visit Piemonte.

A seguire, la descrizione della ripartizione dello spazio.

Accanto all’ampia **sala conferenze**, all’**area cinema** e alla zona dedicata al racconto dei progetti legati allo **Sviluppo Rurale** – dove è stato possibile divertirsi con il **PAC game**, il gioco da tavolo dedicato ai più giovani per imparare, divertendosi, cosa significano lo Sviluppo Rurale e la Politica agricola comune - hanno trovato spazio un **corner informativo** riservato alla **Città di Torino** e alle **attrazioni turistiche del territorio regionale**, anche attraverso la presenza delle **Agenzie Turistiche Regionali (ATL)**.

I restanti metri quadri sono stati allestiti con gli **stand** dedicati ai **Consorzi e alle Associazioni di Produttori**, più un’area **degustazioni** gestita dalle tre organizzazioni dedicate alla **valorizzazione della carne di razza bovina piemontese**.

L’**allestimento floreale** dell’area è stato curato dell’Associazione **Asproflor Piemonte**.





Lo stand è stato animato da un ricco **calendario di appuntamenti**: l'occasione per conoscere da vicino sapori, storie e produttori del territorio con un focus speciale sulla **filiera corta** e l'**agricoltura sostenibile**, competitiva e attenta alla valorizzazione del territorio e di chi vi lavora.

41 eventi tra **incontri di approfondimento** su tematiche mirate, **degustazioni**, **presentazioni di progetti** dedicati alla Regione Piemonte e al suo articolato sistema agroalimentare ed enogastronomico, suddivisi in **tre anime tematiche**: la scoperta dei **prodotti di qualità certificata**, il **territorio** visto attraverso le Agenzie turistiche locali (ATL) e i Distretti del cibo e gli **incontri tematici** rivolti agli **addetti ai lavori**. A fare da filo conduttore, l'eccellenza locale e l'importanza di incentivare la **filiera corta**, per permettere ai consumatori di ottenere cibo accessibile e di qualità garantita.

205

Con la preziosa collaborazione dell'**Enoteca Regionale di Acqui Terme** si sono svolte sia le **degustazioni in programma**, sia la mescita del **Brachetto d'Acqui, "Vitigno dell'Anno 2024"** per la Regione Piemonte.

Tra gli appuntamenti, da segnalare di particolare attenzione:

- **La Transumanza: un docufilm per raccontare il ritorno a casa.**

Presentazione e degustazione a cura di Anaborapi, ATL del Cuneese, Coalvi, La Granda, Asprocarne.

Il docufilm "Raccontare la transumanza: ritorno a casa" ha come protagonisti le oltre trecento famiglie di malgari con circa settantamila capi di bovini di razza Piemontese che all'inizio dell'estate salgono in alpeggio. Il documentario è stato trasmesso in edizione integrale a ottobre dalla RAI.

- **La Filiera corta del Piemonte.**

Presentazione del progetto regionale dedicato al lancio e al supporto della **Filiera corta Piemontese**: un'opportunità che porta benefici tanto ai produttori e agli agricoltori, perché permette una retribuzione più equa, quanto ai consumatori finali, poiché la riduzione dei passaggi che portano il cibo sulla nostra tavola diminuisce sensibilmente anche i costi che vanno a moltiplicarsi nei passaggi

intermedi. Ma non è solo questione di costi. Anzi, soprattutto la qualità del prodotto ne trae beneficio: una filiera corta significa meno passaggi e controlli qualità più rapidi ed efficienti, che risalgono in poco tempo direttamente alla fonte.

• **Il Biologico in Piemonte: strategie regionali per lo sviluppo.**

L'incontro ha illustrato le strategie in corso e i programmi futuri della Regione Piemonte a sostegno dell'agricoltura biologica. In particolar modo si è parlato delle **mense scolastiche biologiche**, dei finanziamenti locali e ministeriali e degli incentivi formativi volti a offrire ai più giovani un'alimentazione sempre più all'insegna della salute e del biologico.

A seguire il calendario completo.

GIOVEDÌ 26 SETTEMBRE			
h 13-14 INAUGURAZIONE AREA PIEMONTE Regione Piemonte presenta e inaugura con un brindisi il suo spazio istituzionale a Terra Madre 2024. Partecipano l'Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca, Parchi Regione Piemonte Paolo Bongioanni, il Presidente di Visit Piemonte Beppe Carlevaris e i rappresentanti dei Consorzi di Tutela e delle Associazioni coinvolte nell'evento.	h 14-15 LO STATO DI ATTUAZIONE DEL COMPLEMENTO DI SVILUPPO RURALE 2023-2027 DELLA REGIONE PIEMONTE A cura di Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e Cibo Il CSR è il documento che esplicita la strategia regionale per lo sviluppo rurale, attraverso 49 interventi applicati al territorio grazie a una dotazione finanziaria di circa 756 milioni di euro. A un anno e mezzo dall'approvazione, facciamo il punto sulla sua attuazione.	h 15-16 "10 ANNI UNESCO LA SFIDA PER UNA NUOVA COMUNITÀ" A cura di Associazione Paesaggi Vitivinicoli Unesco L'associazione Paesaggi vitivinicoli del Piemonte: Langhe-Roero e Monferrato - racconta la trasformazione del territorio dopo 10 anni di riconoscimento. Al termine, brindisi con Brachetto DOCG, Vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.	h 16-17 4 DOP CASEARIE DI ECCELLENZA PER UN PERCORSO DI GUSTO DAL NORD AL SUD ITALIA Degustazione a cura dei Consorzi partner del Progetto LOST Il progetto Lost, partendo dal Piemonte con il Murazzano e il Roccaverano ci porta in Lombardia alla scoperta dello Strachitunt per arrivare in Campania dove troviamo il Provolone del Monaco. Guida del nostro viaggio sarà un Maestro Assaggiatore Onaf.
h 17-18 CIBO, FORMAZIONE E CREATIVITÀ: 11 PROGETTI SUL TEMA DEL CONTRASTO ALLO SPRECO ALIMENTARE A cura di Regione Piemonte e IAAD La Direzione Agricoltura e Cibo Regione Piemonte presenta il progetto realizzato con l'Istituto di Arti Applicate e Design di Torino per sensibilizzare e formare gli studenti sulla tematica dello spreco alimentare e progettare una campagna antispreco istituzionale. Al termine, brindisi con Brachetto DOCG, Vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.	h 18-19 I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO Degustazione e incontro a cura del Distretto del Cibo e del Vino Mombarone, Serra Morenica e Naviglio di Ivrea Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.	h 19-20 ALLA SCOPERTA DEL BRACHETTO, VITIGNO DELL'ANNO 2024 Degustazione a cura di Regione Piemonte e Consorzio Vini d'Acqui Il progetto regionale "Vitigno dell'anno" nasce dall'idea di raccontare e valorizzare i vitigni storici autoctoni del Piemonte; dopo Dolcetto, Cortese, Freisa, Erbaluce, nel 2024 è stato scelto il Brachetto. Durante la degustazione delle diverse tipologie di Brachetto verranno raccontate le caratteristiche storiche e organolettiche del vitigno.	

VENERDÌ 27 SETTEMBRE

h 10-11

LA SOSTENIBILITÀ DELL'ALLEVAMENTO DEL FASSONE DI RAZZA PIEMONTESE SQN

Incontro e degustazione a cura di COALVI
 Il bilancio della CO2, dell'acqua, gli aspetti sociali, ambientali, economici e gestionali dell'allevamento. Al termine, degustazione di brasato di Fassone di Razza Piemontese SQN e Brachetto DOCG, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

h 11-12

STRESA, IL NOSTRO TERRITORIO: CONOSCERE, CONOSCERSI, SOCIALIZZARE

Showcooking a cura di Istituto Alberghiero Maggia di Stresa
 Il territorio ed i suoi prodotti tipici sono un'opportunità di scoperta: chi siamo, cosa sentiamo, come percepiamo l'ecosistema di cui facciamo parte, imparando a fare ricerca e orientarsi al futuro. Attraverso la preparazione dal vivo di una ricetta e un cocktail racconteremo l'innovativo progetto finanziato da Fondazione Comunitaria VCO.

h 12-13

PRESENTAZIONE DEL DOCUFILM "LA TRANSUMANZA. IL RITORNO A CASA"

Presentazione e degustazione a cura di Anaborapi, RAI, Coalvi
 Il docufilm, realizzato da RAI Documentari in collaborazione con la sede regionale Rai di Torino, racconta l'atavico richiamo alla montagna che riporta ogni anno in alpeggio oltre trecento famiglie di malgari con circa settantamila capi di bovini di razza Piemontese. Intervengono Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca, Parchi Regione Piemonte, Fabrizio Zappi, Direttore Rai documentari, Sen. Giorgio Bergesio e i protagonisti del docufilm.

h 13-14

GOLOSERIE D'ALPEGGIO CON I FORMAGGI DEL RE

Degustazione a cura di AtI del Cuneese
 L'AtI del Cuneese racconta il proprio territorio attraverso le sue eccellenze con la partecipazione di Peppino Occeili e la chef Alessandra Ingenetti.

h 14-15

COMUNICARE LO SVILUPPO RURALE: STRUMENTI INTERATTIVI E LINGUAGGI INNOVATIVI PER PARLARE AI GIOVANI

Incontro a cura di Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e Cibo e CREA
 Presentazione in anteprima del "PAC game", vero e proprio gioco da tavolo ideato dal CREA, che trasforma in un innovativo esperimento ludico tra giovani e adulti i messaggi e gli obiettivi portanti della nuova Politica Agricola Comune. Al termine, brindisi con Brachetto DOCG, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

h 15-16

I TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: GORGONZOLA E MELA ROSSA CUNEO

Degustazione a cura dei Consorzi di Tutela del Gorgonzola e della Mela Rossa Cuneo insieme a Regione Piemonte
 Un gioiello del settore lattiero caseario piemontese, conosciuto in tutto il mondo, viene proposto in un abbinamento "fuori dagli schemi"...a Terra Madre fai sapere quanto è buono il Gorgonzola con le mele! Ad accompagnare, Brachetto, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

h 16-17

I TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: IL CRUDO DI CUNEO, LA MELA ROSSA CUNEO

Degustazione a cura dei Consorzi di Tutela Crudo di Cuneo, Mela rossa Cuneo insieme a Regione Piemonte
 Anche il Piemonte ha un suo prosciutto crudo, il Crudo di Cuneo DOP: un'assoluta eccellenza dal sapore inconfondibile che il Consorzio di Tutela ci proporrà in abbinamento alla Mela Rossa Cuneo IGP. Ad accompagnare, Brachetto, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

h 17-18

I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO

Degustazione a cura del Distretto del Cibo della frutta
 Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.

h 18-19,30

LA FILIERA CORTA DEL PIEMONTE

Incontro a cura di Regione Piemonte, Assessorato Commercio, Agricoltura e Cibo
 Prospettive ed esperienze di filiera corta in Piemonte. Intervengono Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca, Parchi Regione Piemonte, Sergio Capaldo, direttore Consorzio La Granda, Sen. Giorgio Bergesio, presidente Consorzio dei produttori Porro di Cervere, Massimo Torchio, direttore Mercato ortofrutticolo del Roero, Mauro Capra, allevatore con lavorazione carni, Daniela Caracciolo, Dirigente Strutture delle imprese agricole e agroindustriali, energia rinnovabile e distretti del Cibo Regione Piemonte. Modera: Mario Piccioni. Al termine, racconto e degustazione di diversi tipi di birre artigianali a cura del Consorzio Birra Origine Piemonte.

SABATO 28 SETTEMBRE

h 11-12	h 12-13	h 13-14	h 14-15	h 15-16
CARNE DI RAZZA PIEMONTESE E AGRICOLTURA SIMBIOTICA PER UN MERCATO E UNA CUCINA DI QUALITÀ Incontro a cura di La Granda La Granda ha spostato il sistema di produzione agroalimentare "Agricoltura Simbiotica", seguendo le linee guida per la cura dei terreni dai quali produrre i propri foraggi e alimenti per gli animali, impegnandosi direttamente nella tutela del territorio, dell'aria, dell'acqua e del suolo.	I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO Degustazione a cura del Distretto del Cibo del Roero Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.	LANGHE MONFERRATO ROERO: UN VIAGGIO TRA I SAPORI DEI NOSTRI FORMAGGI CON THE CHEESE STORYTELLER Degustazione a cura di Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Vieni a scoprire l'eccellenza dei formaggi di Langhe Monferrato Roero attraverso una degustazione guidata da The Cheese Storyteller. Tre formaggi tipici del territorio saranno protagonisti di un'esperienza unica, che unisce gusto e narrazione per immergersi nei sapori e nelle storie di queste terre. La degustazione sarà guidata da Maria Cristina Crucitti di The Cheese Storyteller.	I TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: IL SALAME PIEMONTE E LA MELA ROSSA CUNEO Degustazione a cura di Consorzio di Tutela Salame Piemonte, Consorzio di Tutela Mela Rossa Cuneo e Regione Piemonte Il Salame Piemonte IGP rappresenta l'eccellenza dei nostri salumi; il Consorzio di Tutela ce lo propone in abbinamento alla Mela Rossa Cuneo IGP, per un'esperienza dal gusto davvero speciale. Ad accompagnare, Brachetto, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.	AFRICA, COMPLESSITÀ E FUTURO: 20 ANNI DI CISAO E REGIONE PIEMONTE Incontro a cura di Regione Piemonte In occasione dell'anniversario dei 20 anni di nascita del Cisao, tavola rotonda tra esperti del mondo della cooperazione allo sviluppo per stimolare nuove riflessioni e disegnare interventi multisettoriali e sinergici in grado di confrontarsi con le "Nuove Aفریقا".
h 16-17	h 17-18	h 18-19	h 19-20	
TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: MURAZZANO, ROCCAVERANO E OSSOLANO Degustazione a cura di Consorzio Alte terre DOP e Regione Piemonte L'Associazione Alte Terre DOP raggruppa piccole produzioni di montagna del settore lattiero-caseario a marchio DOP, eccellenze della nostra regione che vengono raccontate e presentate in degustazione dai Maestri Assaggiatori Onaf.	DOLCE ALCHEMIA: L'INCONTRO PERFETTO TRA CIOCCOLATO E VERMOUTH Degustazione a cura di AtI Turismo Torino e Provincia Cosa succede quando un vino aromatizzato torinese incontra gli aromi del cioccolato, venite a scoprirlo attraverso il racconto dei nostri esperti.	ALLA SCOPERTA DEL BRACHETTO, VITIGNO DELL'ANNO 2024 Degustazione a cura di Regione Piemonte e Consorzio Vini d'Acqui Il progetto regionale "Vitigno dell'anno" nasce dall'idea di raccontare e valorizzare i vitigni storici autoctoni del Piemonte; dopo Dolcetto, Cortese, Freisa, Erbaluce, nel 2024 è stato scelto il Brachetto. Durante la degustazione delle diverse tipologie di Brachetto verranno raccontate le caratteristiche storiche e organolettiche del vitigno.	TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: VERMOUTH DI TORINO E NOCCIOLA PIEMONTE Degustazione a cura dei Consorzi di Tutela del Vermouth di Torino e della Nocciola Piemonte insieme a Regione Piemonte Una bevanda iconica della nostra Regione, sempre più apprezzata, presentata in abbinamento a uno dei prodotti che meglio rappresenta l'eccellenza ortofrutticola del Piemonte... per un aperitivo davvero speciale!	

DOMENICA 29 SETTEMBRE

h 10-11

COALVI A SCUOLA DI GIORNALISMO: LETTURA DEI GIORNALI

Incontro e degustazione a cura di COALVI

A cura della giornalista Monica Giandotti e Guido Groppo, Presidente del Coalvi. A seguire, degustazione di polpette di Fassone di Razza Piemontese SQN.

h 11-12

IL FASSONE DI RAZZA PIEMONTESE SQN: SIGNIFICATO, SOSTENIBILITÀ E ALTA CUCINA

Degustazione e incontro a cura di Asprocarne, Coalvi e La Granda

Racconto e degustazione delle tante specialità a base di Fassone di Razza Piemontese SQN.

h 12-13

I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO

Degustazione a cura del Distretto del Cibo Pinerolese Terre da Tasté

Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.

h 13-14

ALLA SCOPERTA DEI SAPORI DELL'OSSOLA CON BALABIOTTI, MASTRO BIRRAIO TRA LE SUE VALLI

Degustazione a cura di Atli Distretto Turistico dei Laghi

Guiderà la degustazione il produttore Birrificio Balabiotti - Birra Artigianale Ossolana, insieme ad Andrea Camaschella, docente di degustazione presso l'ITS Agroalimentare per il Piemonte, direttore del concorso internazionale IGA Beer Challenge, coautore dell'Atlante dei birrifici italiani e giudice di concorsi internazionali.

h 14-15

4 DOP CASEARIE DI ECCELLENZA PER UN PERCORSO DI GUSTO DAL NORD AL SUD ITALIA

Degustazione a cura dei Consorzi partner del Progetto LOST

Il progetto Lost, partendo dal Piemonte con l'Ossolano, ci porta in Trentino alla scoperta del Puzzone di Moena per arrivare in Sicilia dove troviamo la Vastedda della Valle del Belice e il Pecorino Siciliano. Guida del nostro viaggio sarà un Maestro Assaggiatore Onaf.

h 15-16

I TESORI DOP E IGP DEL PIEMONTE: IL BRA, IL RASCHERA, IL TOMA PIEMONTESE

Degustazione a cura dei Consorzi di Tutela e Regione Piemonte

Tre formaggi, tre storie, tre tra le migliori espressioni della produzione casearia piemontese e dei loro territori di provenienza. Ad accompagnarli, Brachetto, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

h 16-17

I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO

Degustazione e incontro a cura del Distretto del Cibo Monregalese-Cebano a indirizzo biologico

Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.

h 17-18

I SALUMI DELL'ALTO PIEMONTE

Degustazione a cura di Atli Terre dell'Alto Piemonte Biella Novara Valsesia Vercelli

Degustazione di salumi peculiari dei 4 territori: Salam Vecc d'la Doja (prodotto tutelato dalla omonima Comunità Slow Food di Vercelli), Fidighina Novarese (prodotto tutelato dalla omonima Comunità Slow Food di Novara), Paletta di Coggiola (presidio Slow Food di Biella), con l'aggiunta della "Mocetta Valsesiana" e del "Salame di Vacca Valsesiano" (prodotti peculiari del territorio della Valsesia).

h 18-19

I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO

Degustazione a cura del Distretto del Chierese e Carmagnolese

Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.

h 19-20

FOOD & MAGIC

Il cibo diventa magico nel talk condotto da Walter Rolfo - Master of Magic

Walter Rolfo (Torino, 22 febbraio 1972) è un autore televisivo, scrittore e illusionista italiano. Al termine, degustazione di Brachetto, vitigno dell'anno 2024 per Regione Piemonte.

LUNEDÌ 30 SETTEMBRE

h 10-12

IL BIOLOGICO IN PIEMONTE: STRATEGIE REGIONALI PER LO SVILUPPO

Incontro a cura di Regione Piemonte

L'incontro illustra le strategie della Regione Piemonte a sostegno dell'agricoltura biologica, dalle misure messe in atto nella passata programmazione dello sviluppo rurale agli interventi già attivati con l'attuale Piano strategico della politica agricola comunitaria 2023-2027. L'incontro si propone inoltre di far conoscere il Fondo ministeriale per le mense scolastiche BIO attraverso la descrizione dell'iter amministrativo necessario ai fini dell'accesso al fondo e la presentazione di un esempio concreto di mensa scolastica biologica, oltre che presentare gli specifici progetti attuati dalla Regione Piemonte per iniziative di informazione e promozione nelle scuole di ogni ordine e grado.

h 12-13

I DISTRETTI DEL CIBO DEL PIEMONTE SI PRESENTANO

Degustazione a cura del Distretto Appennino e Colline di Langa e Monferrato

Produzioni agroalimentari, paesaggio rurale, tutela dell'ambiente, promozione della cultura, della storia e delle tradizioni, in sinergia con l'offerta turistica locale, a definire i Distretti del Cibo. Incontri quotidiani con il territorio e le sue peculiarità.

h 13-14

APERITIVO CON I CAMPIONISSIMI

Degustazione a cura di AtI Alexala

La provincia di Alessandria è legata in maniera indissolubile al mondo del ciclismo: fu Alessandria ad ospitare il primo esemplare di bicicletta giunto in Italia dall'Expo 1867, è nella zona appenninica tra Tortona e Novi Ligure che nacquero e cominciarono le proprie folgoranti carriere i Campionissimi, Fausto Coppi e Costante Girardengo... Questa presentazione-aperitivo, che combina la dimostrazione della preparazione dei cocktail dedicati al territorio dal bartender Gigi Barberis, oltre a La Musette appositamente pensato per celebrare il passaggio del Tour de France 2024 in Piemonte, con alcuni prodotti locali è il nostro modo per invitarvi a scoprire il territorio attraverso le nostre esperienze turistiche a tema... è qui che si pedala!

h 14-15

A SPASSO PER TORINO TRA MERCATI E BOTTEGHE

Incontro a cura dell'Assessorato al Commercio e ai Mercati della Città di Torino

Una passeggiata tra i mercati della città, le botteghe storiche e i negozi di vicinato, spazi di tradizione e innovazione dove turisti e cittadini trovano, ogni giorno, qualità, esperienza, cortesia e rapporti personali. Un percorso alla scoperta di quartieri, strade, mercati, profumi e sapori della città con la Campagna "TorinoMercati" e "Torino compra vicino".

h 15-16

AUTOMAZIONE E INNOVAZIONE AL SERVIZIO DELLA PRODUZIONE PRIMARIA

Incontro a cura di Regione Piemonte

La robotica applicata all'Agricoltura: testimonianze di imprese agricole all'avanguardia e di progetti per la sostenibilità e l'innovazione nel sistema Agri-food.

h 16-18

BBIONETS INCONTRA LA RETE ITALIANA

A cura di CREA

Durante l'incontro verranno presentati gli obiettivi e gli sviluppi del progetto, per informare sui possibili benefici nell'adozione delle bio-based techniques (BBT) e sugli impatti sulla sostenibilità economica, sociale e ambientale. Si presenteranno alcune BBT utilizzabili nei territori italiani tenendo conto delle necessità e delle risorse disponibili.

Giovedì 26 settembre, alle ore 13.00, è stata inaugurata l'Area Piemonte alla presenza del Presidente della Regione Alberto Cirio, dell'Assessore regionale al Commercio, Agricoltura e cibo, Caccia e Pesca e Parchi Paolo Bongioanni, del Presidente di Visit Piemonte Beppe Carlevaris e dell'Assessore allo Sport, Turismo ed Eventi della Città di Torino Domenico Carretta, con i rappresentanti dei Consorzi di Tutela e delle Associazioni del territorio. Le presentazioni e le degustazioni organizzate hanno ricevuto grande riscontro da parte del pubblico e la partecipazione del Piemonte a Terra Madre si è chiusa con un ottimo bilancio: **oltre 4.000 i visitatori presenti agli appuntamenti e alle degustazioni** proposti dalla Regione nei 5 giorni della manifestazione. Gli eventi hanno visto protagonisti oltre **60 prodotti DOP, IGP, SQNZ e PAT**, abbinati a circa **20 vini DOC e DOCG**, oltre al **Brachetto d'Acqui, "Vitigno dell'Anno 2024"** per la Regione Piemonte, **4 birre artigianali del Consorzio BOP (Birra Origine Piemonte)**.

Lunedì 30 settembre il Presidente e il Vice Presidente della Regione Alberto Cirio ed Elena Chiorino, unitamente agli Assessori regionali al Commercio, Agricoltura e cibo, Caccia e Pesca e Parchi Paolo Bongioanni e alle Politiche sociali e dell'integrazione socio-sanitaria Maurizio Marrone, hanno accolto il Ministro dell'Agricoltura, della

sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida per un saluto finale e una riflessione sul futuro delle politiche agricole a livello nazionale e internazionale.

A seguire alcune immagini delle cinque giornate.



211





In occasione dell'edizione 2024 di Terra Madre Salone del Gusto è stata avviata una specifica **attività di ufficio stampa e media relations** con l'obiettivo di comunicare al meglio la programmazione all'interno dell'Area Piemonte e le iniziative dedicate alla promozione delle eccellenze agroalimentari del territorio.

La professionista incaricata del servizio si è occupata di realizzare le seguenti attività:

- definizione di una **strategia di media relations** e individuazione dei media da coinvolgere;
- supporto alla stesura di **n. 4 comunicati stampa**:

- per il **lancio dell'Area Piemonte** (invio effettuato il 23 settembre 2024, contestualmente all'invito all'inaugurazione dello stand e al programma di incontri e degustazioni previsto nei 5 giorni della manifestazione);
- per l'**apertura di Terra Madre e l'inaugurazione dell'Area Piemonte** (inviato il 26 settembre 2024);
- per il lancio del **progetto "passa al Bio"** rivolto alle scuole (inviato il 29 settembre 2024);
- per la **chiusura** della manifestazione, comprensivo di dati relativi all'Area Piemonte (inviato il 30 settembre 2024);
- affiancamento dell'ufficio stampa della Regione Piemonte e dell'Assessorato al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi nella stesura dei comunicati dedicati alla presentazione del **docufilm** sulla **Transumanza** e al lancio del programma di **valorizzazione della filiera corta**.
- definizione di una **video intervista all'Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi** Paolo Bongioanni; stesura di **dichiarazioni del Presidente Cirio e dell'Assessore Bongioanni** per il coinvolgimento delle redazioni e favorire l'uscita di servizi giornalistici;
- partecipazione al tour, riservato ai giornalisti, di presentazione in anteprima di Terra Madre, con sosta all'Area Piemonte;
- supporto all'invio della cartella stampa e promozione ad ampio spettro;
- supporto nella redazione di post per uso social istituzionali;
- presenza nelle giornate di evento e partecipazione alle riunioni operative;
- monitoraggio con predisposizione della rassegna stampa, che ha visto la pubblicazione di 126 articoli tra stampa cartacea e online.

Rassegna stampa disponibile presso gli uffici di Visit Piemonte/Team Marketing.

Di seguito i comunicati stampa dell'evento

La Regione Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2024

Area Piemonte: 400 mq, oltre 40 appuntamenti e decine di Consorzi e realtà del territorio regionale coinvolte

Sono **oltre 40 gli appuntamenti** che durante Terra Madre Salone del Gusto, in programma dal 26 al 30 settembre al Parco Dora di Torino, animeranno i **400 mq dedicati alla Regione Piemonte** e al suo articolato sistema agroalimentare ed enogastronomico.

Suddivisi idealmente in **tre anime tematiche** – la scoperta dei prodotti di qualità certificata, il territorio visto attraverso le Agenzie turistiche locali (ATL) e i Distretti del cibo e gli incontri rivolti soprattutto agli addetti ai lavori –, gli eventi del calendario coordinato dalla **Direzione Agricoltura e cibo della Regione Piemonte in collaborazione con Visit Piemonte**, saranno una tappa imperdibile per i visitatori di questa manifestazione internazionale.

Le cinque giornate di Terra Madre saranno quindi l'occasione per conoscere da vicino sapori, storie e produttori del territorio. A fare da filo conduttore, **l'eccellenza locale e l'importanza di incentivare la filiera corta**, per permettere ai consumatori di ottenere **cibo accessibile e di qualità garantita**.

Dichiarano il Presidente della Regione Piemonte **Alberto Cirio** e l'Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi **Paolo Bongioanni**: *"Il Piemonte è la regione dove è nata Terra Madre Salone del Gusto. Di qui è partito il movimento che ha progressivamente rivoluzionato a livello planetario il nostro rapporto etico con la terra, il cibo e l'ambiente. Per il Piemonte – così – presentare su questo palco mondiale le sue eccellenze enogastronomiche, la rivoluzione della filiera corta, l'impegno pubblico per un'agricoltura sostenibile, competitiva e attenta alla valorizzazione del territorio e di chi vi lavora non rappresenta soltanto una vetrina promozionale prestigiosa, ma è rinsaldare un rapporto inscindibile che trova qui le sue radici e il suo futuro".*

"La presenza del Piemonte alla 15esima edizione di 'Terra Madre Salone del Gusto' conferma il nostro impegno per la promozione delle eccellenze regionali all'interno di una manifestazione di riferimento globale per pubblico e professionisti del settore enogastronomico, che fa di Torino e del Piemonte un palcoscenico di rilevanza nazionale e internazionale – sottolinea Beppe Carlevaris, presidente di Visit Piemonte - Parliamo di un evento di particolare autorevolezza, che ha la capacità di stimolare una riflessione profonda sul cibo e sulla comunità mondiale e valorizzare la filiera di qualità che lavora con forte impegno per promuovere l'eccellenza del "saper fare" e il patrimonio enogastronomico piemontese verso il target di turisti consapevoli alla ricerca di proposte di sostenibilità. Una manifestazione importante per il posizionamento sui mercati mondiali del Piemonte come destinazione d'accoglienza per grandi eventi".

Tra questi appuntamenti:

La Transumanza: un docufilm per raccontare il ritorno a casa

Venerdì 27 settembre, ore 12

Presentazione e degustazione a cura di Anaborapi, Visitcuneese, COALVI, La Granda, Asprocarne

Il docufilm "Raccontare la transumanza: ritorno a casa" ha come protagonisti le oltre trecento famiglie di malgari con circa settantamila capi di bovini di razza Piemontese che all'inizio dell'estate salgono in alpeggio. Accanto agli importanti aspetti economici, la transumanza è un fattore indispensabile al mantenimento degli ecosistemi alpini e per la produzione di prodotti tipici di qualità.

Il documentario sarà poi trasmesso in edizione integrale a ottobre dalla RAI.

La Filiera corta del Piemonte

Venerdì 27 settembre, ore 18

Presentazione del progetto regionale dedicato al lancio e al supporto della Filiera corta Piemontese. Degustazione a seguire.

La filiera corta è un'opportunità che porta benefici tanto ai produttori e agli allevatori, perché permette una retribuzione più equa, quanto ai consumatori finali, poiché la riduzione dei passaggi che portano il cibo sulla nostra tavola diminuisce sensibilmente anche i costi che vanno a moltiplicarsi nei passaggi intermedi. Ma non è solo questione di costi. Anzi, soprattutto la qualità del prodotto ne trae beneficio: una filiera corta significa meno passaggi e controlli qualità più rapidi ed efficienti, che risalgono in poco tempo direttamente alla fonte.

Intervengono: Paolo Bongioanni - Assessore Commercio, Agricoltura e cibo, Parchi, Caccia e pesca della Regione Piemonte; Sergio Capaldo - Direttore Consorzio La Granda; Sen. Giorgio Bergesio - Presidente del Consorzio dei produttori del Porro di Cervere e Daniela Caracciolo - Regione Piemonte; modera il giornalista Mario Piccioni.

A seguire, degustazione di due esempi virtuosi di filiera corta già presente in Piemonte: la razza bovina piemontese e le birre artigianali del Consorzio BOP-Birre Origine Piemonte

Il Biologico in Piemonte: strategie regionali per lo sviluppo

Lunedì 30 settembre, ore 10

L'incontro vuole illustrare le strategie in corso e i programmi futuri della Regione Piemonte a sostegno dell'agricoltura biologica. In particolar modo si parlerà delle mense scolastiche biologiche, delle opportunità che possono avere le scuole per accedere a finanziamenti locali e ministeriali e a incentivi formativi volti a offrire ai più giovani un'alimentazione sempre più all'insegna della salute e del biologico.

Tutti gli appuntamenti del programma dell'area Piemonte sono a ingresso libero fino a esaurimento posti disponibili.

L'area "Nutrire le città" – stand SF10

"Nutrire le città", area allestita a Terra Madre con il coordinamento di Slow Food, è un palcoscenico unico dedicato alle città e alle politiche locali del cibo, in cui scambiarsi esperienze e soluzioni creative, in cui si illustrano i percorsi e i progetti delle città, italiane e internazionali e si discute del futuro delle politiche del

Area "Piemonte" – stand F31

Sviluppata su 400 mq, l'area Piemonte – allestita con il supporto tecnico e gestionale di Visit Piemonte – si presenta, all'interno dell'area del Salone dedicata ai produttori piemontesi, come punto di ritrovo e vetrina delle eccellenze della regione che ospita Terra Madre: il Piemonte.

Accanto all'ampia sala conferenze, alla saletta cinema e all'area dedicata al racconto dei progetti legati allo Sviluppo Rurale, trovano spazio un corner informativo dedicato alla Città di Torino e alle attrazioni turistiche dei territori regionali, mentre con la preziosa collaborazione dell'Enoteca Regionale di Acqui Terme si svolgono sia le degustazioni in programma sia la mesita del Brachetto d'Acqui, vincitore del riconoscimento "vitigno dell'anno 2024" per la Regione Piemonte.

Grazie alle risorse del Programma di Sviluppo Rurale, saranno inoltre presenti con attività divulgative, show-cooking e degustazioni a ciclo continuo, tre organizzazioni dedicate alla valorizzazione della carne di razza bovina piemontese – **Asprocarne Piemonte** e i consorzi **Coalvi** e **"La Granda"** – affiancate dall'Associazione dell'organizzazione dei produttori ortofrutticoli del Piemonte e dai rappresentanti del progetto europeo LOST, dedicato alla sostenibilità e promozione delle piccole denominazioni casearie. All'interno dell'area Piemonte sarà inoltre possibile divertirsi con il **PAC game**, il gioco da tavolo dedicato ai più giovani per imparare, divertendosi, cosa significano lo Sviluppo Rurale e la Politica agricola comune. L'allestimento floreale dell'area è a cura dell'Associazione Asproflor Piemonte.

Gli appuntamenti in calendario

Si segnalano, tra i tanti appuntamenti dello stand (vedi programma completo in allegato):

• Le presentazioni dei prodotti di qualità certificata

Cosa sta dietro ai migliori prodotti del nostro territorio? Quali sono le certificazioni che ne garantiscono origine e qualità? I visitatori di Terra Madre potranno scoprirlo durante **gli incontri e le degustazioni di alcune eccellenze piemontesi**, accompagnati dai rappresentanti dei Consorzi di Tutela. **Focus specifici saranno dedicati ai tesori Dop e Igp del Piemonte, alla valorizzazione della carne di razza bovina piemontese e al Brachetto d'Acqui, proclamato dalla Regione "vitigno dell'anno"** durante lo scorso Vintitaly. Sarà inoltre presentato il marchio **"Birra da filiera piemontese"**.

• La promozione del territorio attraverso il suo patrimonio enogastronomico

Il Piemonte è terra di grandi bellezze paesaggistiche e culturali, ed è innegabilmente anche **culla di una tradizione culinaria ed enogastronomia tra le più significative della Penisola**. Tutte le province della regione propongono infatti eccellenze e specificità che saranno presentate, con tanto di degustazioni in accompagnamento, grazie alla collaborazione con i Distretti del cibo e alle Agenzie turistiche locali piemontesi.

• Gli approfondimenti tematici

Grande attenzione viene data dalla Regione Piemonte agli addetti ai lavori della filiera agroalimentare, uno dei più riconosciuti e sentiti punti di forza del territorio. Sono quindi dedicati soprattutto a loro gli incontri di approfondimento tematici, in cui saranno presentati **nuovi progetti di valorizzazione** e iniziative di accompagnamento per accedere a linee di finanziamento che aiutino a sviluppare un percorso di produzione e distribuzione sempre più sostenibile per l'intero comparto, dal produttore al consumatore finale.

cibo del nostro pianeta e del ruolo delle città nella transizione ecologica. A questo scopo, si sono messi insieme soggetti diversi – istituzioni, enti locali, professionisti, docenti e produttori – per confrontarsi su obiettivi fondamentali come la lotta agli sprechi, la promozione di diete sostenibili, il riavvicinamento e l'integrazione del contesto urbano con la campagna circostante, la valorizzazione dei mercati contadini.

La Regione Piemonte, tra i co-organizzatori dei numerosi panel che si succederanno durante tutta la durata della manifestazione nell'apposita area incontri dello spazio "Nutrire le città", ha voluto essere presente sia con la propria testimonianza diretta di quanto l'Ente sta attuando in tema di Politiche locali del cibo, sia sostenendo la presenza di **best practice** territoriali, legate alla Lotta allo spreco alimentare, a forme alternative di commercio che mettano sempre più in contatto produttori locali e consumatori, a progettualità in campo educativo e a processi e pratiche di governance multilivello.

Scopri il programma dello spazio "Nutrire le città":

<https://2024.terramadresalonedelgusto.com/nutrire-le-citta/>

Inaugurata l'Area Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2024

Nello spazio della Regione Piemonte (stand F31), fino a lunedì 30 settembre, sarà possibile conoscere le eccellenze del territorio con decine di incontri e degustazione gratuite

Questa mattina sono stati inaugurati, nell'ambito della 15esima edizione di Terra Madre Salone del Gusto, i **400 mq dedicati alla Regione Piemonte** e al suo articolato sistema agroalimentare ed enogastronomico. A fare gli onori di casa il Presidente della Regione **Alberto Cirio** e l'Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi **Paolo Bongioanni**, insieme al Presidente di Visit Piemonte **Beppe Carlevaris** e all'Assessore allo Sport, Turismo ed Eventi della Città di Torino **Domenico Carretta**, con i rappresentanti dei Consorzi di Tutela e delle associazioni del territorio.

"La maturazione culturale, a cui Carlo Petrini ha contribuito, con Slow Food ma anche con Terra Madre, deve ispirare i governanti a tutto i livelli, dall'Europa alle Regioni – dichiara Alberto Cirio, Presidente della Regione Piemonte – per difendere il prodotto agricolo affinché sia buono, sano e giusto. In Piemonte, sul prodotto buono, siamo favoriti dalla natura e dalla capacità dei nostri agricoltori, che hanno sempre capito quanto il nostro territorio possa competere nel mondo grazie alla qualità delle nostre produzioni. Siamo all'avanguardia anche per quanto riguarda i prodotti sani. Siamo infatti tra i primi attuatori di tutti i programmi e progetti europei relativi alla salvaguardia ambientale. Oggi nel nostro mondo agricolo, si riceve una sovvenzione se si partecipa attivamente a quella che è la creazione del prodotto buono e del prodotto sano. Infine, una riflessione sul prodotto giusto, che deve basarsi su temi di grande attualità, come lo sfruttamento della manodopera in agricoltura e del mantenimento dei requisiti minimi di sicurezza e del rispetto della dignità umana. Assistiamo a comportamenti che sono inaccettabili sul pianeta Terra, e devono esserlo anche nel nostro Piemonte.

La Regione che sostiene Terra Madre, e continuerà a sostenerla, ringrazia Slow Food per il suo ruolo e per la volontà a continuare a rimanere con le radici ben ancorate a Torino e nel Piemonte"

"Terra Madre Salone del Gusto è un'occasione fondamentale per dare spazio e promozione a quella agricoltura di qualità di cui il Piemonte è fiero custode - sottolinea Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi -. Qui abbiamo produzioni che identificano territori straordinari e dobbiamo permettere ai nostri produttori di avere un giusto guadagno. Per farlo, bisogna dar vita a un progetto nuovo, un progetto che, come Regione Piemonte, annunceremo proprio qui a Terra Madre Salone del Gusto domani alle 18 nell'Area Piemonte. Si tratta di un'iniziativa che vuole incentivare una filiera corta, che non guarda alla grande distribuzione ma che parte dal produttore e arriva al commercio di vicinato. Dai prodotti tipici alla tavola, ai mercati di tradizione che stanno nascendo in Piemonte e che dobbiamo aiutare. Abbiamo oggi uno strumento molto utile, che andremo presto a strutturare dal punto di vista giuridico e ad aiutare economicamente: i Distretti del cibo, che possono diventare i custodi e i testimoni di questo percorso virtuoso. L'appuntamento, quindi, è nello spazio della Regione Piemonte dove avremo anche tanti momenti di confronto, dove andremo appunto a misurarci, a confrontarci, a riflettere sulle problematiche e sulle progettualità introdotte per risolverle. Nelle tante degustazioni saranno poi i nostri grandi prodotti a raccontare il Piemonte".

"I flussi turistici anche quest'anno dicono che proprio l'enogastronomia assieme ai paesaggi e all'outdoor sono il fattore trainante del settore – afferma l'Assessore regionale al Turismo, Marina Chiarelli –. E la vetrina di Terra Madre Salone del Gusto è uno dei principali motori grazie al quale tutta la filiera dalla ristorazione all'accoglienza, allarga la sua sfera di influenza attirando milioni di visitatori soprattutto stranieri che in Piemonte portano ogni anno una dote di oltre 200 milioni di euro a beneficio delle nostre imprese grandi e piccole. Grazie alle Ati e alle nostre Pro loco che sono gli avamposti naturali del turismo, abbiamo creato un sistema circolare capace di aumentare ogni anno i flussi turistici che soprattutto nell'ultimo anno con oltre 6 milioni di visitatori non hanno precedenti".

Nell'Area Piemonte, fino a lunedì 30 settembre saranno oltre **40 gli eventi** che animeranno il ricco calendario di appuntamenti coordinato dalla Direzione Agricoltura e cibo della Regione Piemonte, in collaborazione con **Visit Piemonte**, per promuovere le eccellenze enogastronomiche locali, con un **focus speciale sulla filiera corta e l'agricoltura sostenibile, competitiva e attenta alla valorizzazione del territorio e di chi vi lavora.**

Gli appuntamenti del programma dell'area Piemonte – tutti a ingresso libero fino a esaurimento posti disponibili – faranno scoprire i tesori **Dop e Igp del Piemonte**, oltre alla carne di razza bovina piemontese. Con la preziosa collaborazione dell'**Enoteca Regionale di Acqui Terme** si svolgeranno sia le degustazioni in programma sia la mesclata del **Brachetto d'Acqui**, vincitore del riconoscimento "vittigno dell'anno 2024" per la Regione Piemonte.

Si segnalano nei prossimi giorni alcuni incontri:

La Transumanza: un docufilm per raccontare il ritorno a casa

Venerdì 27 settembre, ore 12

Presentazione e degustazione a cura di Anaborapi, Visitcuneese, COALVI, La Granda, Asprocarne
Il docufilm "Raccontare la transumanza: ritorno a casa" ha come protagonisti le oltre trecento famiglie di malgari con circa settantamila capi di bovini di razza Piemontese che all'inizio dell'estate salgono in alpeggio. Accanto agli importanti aspetti economici, la transumanza è un fattore indispensabile al mantenimento degli ecosistemi alpini e per la produzione di prodotti tipici di qualità.
Il documentario sarà poi trasmesso in edizione integrale a ottobre dalla RAI.

La Filiera corta del Piemonte

Venerdì 27 settembre, ore 18

Presentazione del progetto regionale dedicato al lancio e al supporto della Filiera corta Piemontese. Degustazione a seguire.

La filiera corta è un'opportunità che porta benefici tanto ai produttori e agli allevatori, perché permette una retribuzione più equa, quanto ai consumatori finali, poiché la riduzione dei passaggi che portano il cibo sulla nostra tavola diminuisce sensibilmente anche i costi che vanno a moltiplicarsi nei passaggi intermedi. Ma non è solo questione di costi. Anzi, soprattutto la qualità del prodotto ne trae beneficio: una filiera corta significa meno passaggi e controlli qualità più rapidi ed efficienti, che risalgono in poco tempo direttamente alla fonte.

Intervengono: Paolo Bongioanni - Assessore Commercio, Agricoltura e cibo, Parchi, Caccia e pesca della Regione Piemonte; Sergio Capaldo - Direttore Consorzio La Granda; Sen. Giorgio Bergesio - Presidente del Consorzio dei produttori del Porro di Cervere e Daniela Caracciolo - Regione Piemonte; modera il giornalista Mario Piccioni.

A seguire, degustazione di due esempi virtuosi di filiera corta già presente in Piemonte: la razza bovina piemontese e le birre artigianali del Consorzio BOP-Birre Origine Piemonte

Il Biologico in Piemonte: strategie regionali per lo sviluppo

Lunedì 30 settembre, ore 10

L'incontro vuole illustrare le strategie in corso e i programmi futuri della Regione Piemonte a sostegno dell'agricoltura biologica. In particolar modo si parlerà delle mense scolastiche biologiche, delle opportunità che possono avere le scuole per accedere a finanziamenti locali e ministeriali e a incentivi formativi volti a offrire ai più giovani un'alimentazione sempre più all'insegna della salute e del biologico.

All'interno dell'area Piemonte, grazie alle risorse del Programma di Sviluppo Rurale, saranno inoltre presenti con attività divulgative, *show-cooking* e degustazioni a ciclo continuo, tre organizzazioni dedicate alla valorizzazione della carne di razza bovina piemontese – **Asprocarne Piemonte** e i consorzi **Coalvi** e **"La Granda"** – affiancate dall'**Associazione dell'organizzazione dei produttori ortofrutticoli del Piemonte** e dai rappresentanti del **progetto europeo LOST**, dedicato alla sostenibilità e promozione delle piccole denominazioni casearie.

Sarà inoltre possibile divertirsi con il **PAC game**, il gioco da tavolo dedicato ai più giovani per imparare, divertendosi, cosa significano lo Sviluppo Rurale e la Politica agricola comune.
L'allestimento floreale dell'area è a cura dell'Associazione Asproflor Piemonte.

**Il Biologico in Piemonte. Strategie regionali per lo sviluppo.
“Passo al Bio”
(la promozione dell'alimentazione biologica nelle mense scolastiche)**

**Lunedì 30 settembre, ore 10
Terra Madre Salone del Gusto, Area Piemonte (stand F31)**

Nell'incontro in programma domani, lunedì 30 settembre, alle ore 10, nell'Area Piemonte all'interno di Terra Madre Salone del Gusto, verranno illustrate le strategie in corso e i programmi futuri della Regione Piemonte a sostegno dell'agricoltura biologica.

Un'attenzione particolare sarà dedicata alle mense scolastiche biologiche e alle opportunità che le scuole piemontesi possono avere per accedere a finanziamenti locali e ministeriali e a incentivi formativi per offrire ai più giovani un'alimentazione all'insegna della salute e del biologico.

Durante l'appuntamento verranno presentati gli specifici progetti – finanziati dal Fondo ministeriale per le mense scolastiche BIO istituito con decreto-legge 24 aprile 2017 n. 50, convertito con modificazioni dalla Legge 21 giugno 2017, n. 96 – attuati dall'Assessorato al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi guidato da Paolo Bongioanni, e nello specifico la Direzione Agricoltura e cibo, per realizzare iniziative di informazione e promozione nelle scuole di ogni ordine e grado.

Sarà illustrata ad esempio la campagna “Passo al BIO” che avrà come protagonista “Sorriso”, un personaggio raffigurante una palla di riso (ovviamente Bio) che accompagnerà sia i ragazzi delle scuole primarie e secondarie, sia tutti i consumatori, alla scoperta della filiera del Biologico in Piemonte, con video, rubriche, schede di approfondimento e dei video-tutorial sulle coltivazioni orticole Bio.

Il Fondo ministeriale è destinato per l'86% a ridurre i costi a carico dei beneficiari del servizio di mensa scolastica biologica e per il 14% a realizzare iniziative di informazione e di promozione nelle scuole.

Molto importante è il sostegno che viene dato, in ultima analisi, alle famiglie, affinché bambine e bambini possano accedere a prodotti biologici senza che questo vada a incrementare il costo dei pasti a carico dei genitori.

La Regione, con il progetto di sensibilizzazione, vuole incentivare la domanda verso i prodotti biologici. I ragazzi mangeranno meglio e più sano, ne parleranno in famiglia e così anche i genitori aumenteranno la richiesta di biologico. Crescendo la domanda andrà a diminuire il costo di questi prodotti e si avvierà un processo virtuoso di cui le mense scolastiche rappresentano un primo passo.

Dati sull'utilizzo del Fondo nel 2024

Sulla base delle istanze inserite nella piattaforma informatica dedicata, gestita dal Ministero, a partire dal 1° marzo 2024 fino al 31 marzo 2024 è stato redatto l'elenco delle stazioni appaltanti (comuni per le scuole pubbliche) e dei soggetti eroganti (scuole private) il servizio di mensa scolastica biologica ed è stato quantificato il numero totale di beneficiari per l'anno 2024.

Per la parte di contributo diretto (86% del fondo) nel 2024 sono stati assegnati alla Regione Piemonte 118.594,10 euro a favore di 76 beneficiari (mense scolastiche private e mense pubbliche gestite da privati a seguito di appalto), somme utilizzate per ridurre il costo della mensa a carico delle famiglie per un totale di 1.341.006 pasti biologici all'anno. Rispetto al 2023 l'incremento nel numero dei pasti è stato del 19% (nel 2023 erano 1.081.976 pasti), un'evidente tendenza in crescita.

**Area Piemonte: più di 4000 persone hanno partecipato
agli oltre 40 appuntamenti che hanno animato lo spazio
della Regione Piemonte a Terra Madre Salone del Gusto 2024**

L'Area Piemonte, all'interno di Terra Madre Salone del Gusto, si chiude con un ottimo bilancio. Oltre 4000 i visitatori presenti agli appuntamenti e alle degustazioni organizzate nel calendario coordinato dalla Direzione Agricoltura e cibo della Regione Piemonte in collaborazione con Visit Piemonte. Nei 5 giorni della manifestazione, gli eventi proposti dalla Regione sono stati 41 e hanno visto protagonisti oltre 60 prodotti Dop, Igp, Sqn e Pat, abbinati a circa 20 vini doc e dog, oltre al Brachetto d'Acqui, “vitigno dell'anno 2024” per la Regione Piemonte, 4 birre artigianali del consorzio BOP (Birra Origine Piemonte). Tre i filoni che hanno guidato il programma: la scoperta dei prodotti di qualità certificata, il territorio visto attraverso le Agenzie turistiche locali (ATL) e i Distretti del cibo e gli incontri rivolti soprattutto agli addetti ai lavori. A fare da filo conduttore, l'eccellenza locale, l'importanza di incentivare la filiera corta per permettere ai consumatori di ottenere cibo accessibile e di qualità garantita, i programmi a sostegno dell'agricoltura biologica e le politiche regionali per lo Sviluppo Rurale 2023-2027 a favore delle aziende e di tutto il settore agroalimentare.

“L'evento Terra Madre Salone del Gusto si è confermato essere il più importante appuntamento internazionale dedicato al mondo del cibo e, ancora una volta, ha acceso i riflettori sulla migliore produzione agroalimentare del mondo - sottolinea Alberto Cirio, Presidente della Regione Piemonte e Paolo Bongioanni, Assessore al Commercio, Agricoltura e Cibo, Caccia e Pesca e Parchi - Siamo orgogliosi di continuare a ospitare questo straordinario appuntamento che ha visto ancora una volta protagonista il nostro territorio con i suoi tanti prodotti di eccellenza enogastronomica.

La manifestazione internazionale dedicata al cibo buono, pulito e giusto per tutte e tutti e alle politiche alimentari è stata anche occasione per riflettere sulle numerose opportunità professionali del comparto, tra i fondamentali della nostra regione, avendo un'attenzione particolare a soluzioni e iniziative pubbliche mirate a rispondere alle problematiche attuali e con l'intento di valorizzare chi opera nel settore agroalimentare”.

Nei 400 mq dello spazio dedicato alle eccellenze piemontesi, sono inoltre state proposte degustazioni di carne bovina piemontese a cura dei consorzi Coalvi, “La Granda” e Carni Piemonte, e assaggi guidati nelle aree gestite dall'Associazione dell'organizzazione dei produttori ortofrutticoli del Piemonte e dai rappresentanti del progetto europeo LOST, dedicato alla sostenibilità e promozione delle piccole denominazioni casearie. L'allestimento floreale è stato a cura dell'Associazione Asproflor Piemonte.

Alcuni numeri

A cura di Coalvi: 2960 degustazioni con 9 kg di battuta al coltello, 20 kg di carpaccio di bresaola, 10 kg di wurstel di Fassone, 6 kg di salame di Fassone, 15 kg di bollito di Fassone, 15 kg di brasato di Fassone, 15 kg di polpette al pomodoro e 9 kg in agrodolce.

A cura di “La Granda”: 120 degustazioni con 43 kg di carne di razza bovina piemontese suddivisa in paté di bovino, polpette, battuta al coltello e coda stufata.

A cura del Consorzio Carni Piemonte: una decina di degustazioni con 20 kg di battuta al coltello di Fassone.

A cura dell'Associazione dell'organizzazione dei produttori ortofrutticoli del Piemonte: 100 litri di succo di mela e 5 kg di nocciolo Piemonte Igp.

Nell'ambito del progetto europeo LOST: 500 persone hanno degustato, guidate da maestri assaggiatori CNAF, 80 kg di formaggi Dop, tra cui Murazzano, Ossolano e Roccaverano dal Piemonte, oltre a 5 piccole Dop casearie ospiti provenienti da tutta Italia.

Con la preziosa collaborazione dell'Enoteca Regionale di Acqui Terme sono state offerte in mescola 70 bottiglie di Brachetto d'Acqui per oltre 700 assaggi e servite 4 birre artigianali del consorzio BOP (Birra Origine Piemonte).

Altri eventi

5.1 Valorizzazione delle produzioni vitivinicole DOC e DOCG piemontesi in collaborazione con Associazioni no profit

La Regione Piemonte, attraverso Visit Piemonte, ha deciso di promuovere i territori e le produzioni vitivinicole DOC e DOCG del Piemonte attraverso eventi o manifestazioni organizzati in collaborazione con Associazioni no profit dedicate alla ricerca scientifica per la cura della persona, o per il sostegno dei malati e dei loro familiari nel percorso di cura della malattia, o ancora per il sostegno a soggetti deboli, quali portatori di handicap, con percorsi di inserimento nel mondo del lavoro o altri ambiti simili. L'obiettivo è stato favorire campagne di sensibilizzazione su temi di carattere sociale ed educativo, unitamente alla promozione del comparto vitivinicolo e del territorio regionale. Il progetto di valorizzazione doveva essere ideato da soggetti in grado di attivare delle azioni sinergiche tra le Associazioni no profit ed Enti quali i Consorzi di tutela e valorizzazione dei vini e/o le Enotecche Regionali.

Si è pertanto provveduto a dar avvio a un'indagine esplorativa effettuata tramite manifestazione d'interesse sulla piattaforma aziendale Net4market per la ricerca di un soggetto che proponesse un programma di tale portata, prevedendo la distribuzione al pubblico dei prodotti vitivinicoli individuati, il cui ricavato sarebbe andato a favore di un'Associazione no profit proposta dal fornitore in fase di attività progettuale. In aggiunta, era richiesta la promozione online e offline dell'evento.

Gli aderenti alla manifestazione di interesse sono stati successivamente invitati a un confronto di preventivi (sempre sulla piattaforma aziendale Net4market) a cui è seguito l'invio di una sola offerta da parte del **Consorzio Barbera d'Asti e Vini del Monferrato** che ha proposto un'iniziativa di **valorizzazione delle produzioni vitivinicole regionali DOC e DOCG** in sinergia con **l'Associazione Italiana Sclerosi Laterale Amiotrofica "AISLA"** per permettere lo svolgimento della **giornata nazionale SLA**.

La **partnership** tra il **Consorzio** e **AISLA** ha visto la fornitura di **15.000 bottiglie di Barbera d'Asti DOCG a sostegno dell'attività di ricerca** e assistenza delle persone colpite da SLA (Sclerosi Laterale Amiotrofica), proseguendo il processo di valorizzazione della Barbera d'Asti DOCG e del territorio di produzione, senza dimenticare un valore essenziale quale la solidarietà. Giunta alla sua **XVII edizione**, la **Giornata Nazionale sulla SLA** è indubbiamente la più importante manifestazione su questo tema del nostro Paese, l'unico momento in cui cittadini, volontari, pazienti, famigliari, Istituzioni, operatori sanitari e socio-sanitari si uniscono per promuovere la ricerca scientifica, il diritto di cura e percorsi diagnostici e terapeutici coerenti con la complessità della malattia. L'iniziativa, fortemente voluta e promossa da AISLA, ha coinvolto oltre 300 volontari nelle piazze di tutta Italia.

Le 15.000 bottiglie di Barbera d'Asti DOCG sono state distribuite in 350 piazze italiane nella **giornata nazionale** istituita: il **15 settembre 2024**. I fondi raccolti con la Giornata Nazionale SLA sono indubbiamente “un contributo versato con gusto” perché fruttata e fresca, la **Barbera d'Asti DOCG** è un vino piacevole ed è il **vino simbolo del Consorzio e del territorio astigiano e alessandrino** che lo produce: per la sua versatilità negli abbinamenti, facilità di beva e per i numeri rappresentati è da considerarsi un vero **testimonial del Piemonte in Italia e nel mondo**. Qualità e riconoscimenti hanno portato questo vino all'ottenimento dell'importante qualificazione della Denominazione di Origine Controllata e Garantita nel 2008. Le **oltre 20 milioni di bottiglie prodotte** ogni anno, tuttavia, necessitano di un **consistente supporto** sia nella **comunicazione** sia nella **promozione**, al fine di migliorarne il posizionamento e favorire una più capillare diffusione, in primis sul **mercato nazionale**, ove oggi viene commercializzato per circa il **50%**. L'area del **Nord ovest**, se da un lato rappresenta lo sbocco naturale per questo vino che è necessario **presidiare**, è ormai un mercato maturo, mentre le **restanti parti d'Italia** sono aperte a possibili **sviluppi di crescita** pertanto, in considerazione di un trend statico in merito alle vendite sul mercato interno, il Consorzio ritiene necessario attuare una decisa politica di sostegno alla **comunicazione del prodotto a livello nazionale**. Per questi motivi e per la portata dell'iniziativa, unitamente all'intento di perseguire lo scopo benefico, il Consorzio ha deciso di fornire ad AISLA il proprio aiuto a favore della 'Giornata nazionale SLA', attraverso la messa a disposizione di un consistente numero di bottiglie di Barbera d'Asti selezionate necessarie allo scopo. La **Giornata Nazionale SLA 2024** è stata premiata dall' Istituto Italiano della Donazione come **migliore iniziativa di raccolta fondi di quest'anno** unendo l'Italia da Nord a Sud.

Rassegna stampa disponibile presso gli uffici di Visit Piemonte/Team Marketing.

5.2 Valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità e delle produzioni vitivinicole DOC e DOCG piemontesi in occasione di eventi promozionali.

Visit Piemonte Scrl, su incarico della Direzione Agricoltura e cibo di Regione Piemonte, ha individuato, tramite apposita procedura, un fornitore per il servizio di ricerca, acquisto presso i Consorzi di Tutela, stoccaggio e spedizione di prodotti piemontesi agroalimentari e vitivinicoli di qualità da somministrare in occasione di eventi e iniziative dedicati alla valorizzazione delle eccellenze regionali nel periodo Novembre 2024/Aprile 2025. Il servizio si è articolato secondo le seguenti richieste di attività:

- Ricerca, acquisto e stoccaggio prodotti DOP e IGP per degustazioni varie, così ripartiti:
 - Nocciole del Piemonte IGP (torte, tostate, crema di nocciole);

- Formaggi: Bra, Raschera, Toma piemontese, Roccaverano, Murazzano, Ossolano, Gorgonzola DOP;
- Salame Piemonte IGP;
- Marron Glacés (da Marrone della Val di Susa IGP);
- Grissini PAT.
- Ricerca, acquisto e stoccaggio di vini DOCG per degustazioni varie, così ripartiti:
 - Alta Langa DOCG;
 - Barbera Superiore DOCG;
 - Altre denominazioni DOCG a seconda della disponibilità.
- Stoccaggio e consegna dei prodotti le sedi comunicate di volta in volta sul territorio piemontese.

A seguire, l'elenco degli eventi dove è stato richiesto di fornire i prodotti:

1) 41ª Assemblea ANCI 2024 | Torino, 20-22 novembre

Dal **20 al 22 novembre**, Torino ha ospitato la **41ª Assemblea Annuale ANCI**, nei padiglioni del Lingotto. L'evento ha preso il via mercoledì 20 novembre con la cerimonia inaugurale, alla quale ha partecipato il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella. Oltre 5.000 i sindaci e gli amministratori locali giunti da tutta Italia con il compito di eleggere il nuovo presidente nazionale dell'ANCI. Per l'occasione, Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e cibo e Città di Torino, attraverso la collaborazione della Camera di Commercio di Torino e di Turismo Torino e Provincia, hanno organizzato delle **degustazioni di prodotti tipici piemontesi**. Parte di questi prodotti provengono dalla fornitura sopra indicata, nello specifico:

- 3 kg di nocciole tostate;
- n. 8 torte nocciola;
- n. 11 salami Piemonte IGP da 500gr;
- n. 1 forma da 8 kg di Bra DOP.

2) Tesori dalla Terra: Tartufo bianco pregiato di Basilicata | Matera, 7-8 dicembre

Sabato 7 e domenica 8 dicembre, a Matera è stato organizzato l'evento **"Tesori dalla terra"**, una due giorni dedicata al tartufo bianco con diverse iniziative a corollario, tra incontri tematici, talk show e degustazioni. Per l'occasione, sono stati inviati dei **prodotti di qualità piemontesi**, che sono stati **presentati e offerti in degustazione** in occasione di momenti dedicati, nello specifico:

- n. 18 bottiglie di Alta Langa;
- 3,5 kg di Bra duro DOP;

- 3,5 kg di Toma Piemontese;
- 4 kg di Raschera DOP;
- 2 kg di nocciole tostate;
- n. 18 bottiglie di birra del Consorzio Birra Origine Piemonte (BOP).

5.3 La birra piemontese a Lugano

Il Piemonte è riconosciuto tra le regioni più attive sulla scena birraria nazionale, la maggior parte delle produzioni concentrata nell'area di Torino e Cuneo. Mentre da tempo si è sviluppato il filone della birra artigianale e tipica, il settore del birrificio agricolo è relativamente giovane, ma sta iniziando a conquistarsi un proprio spazio e una sua maturità, soprattutto nei confronti dei consumatori citati sopra: quelli più attenti alla sostenibilità, al rispetto dell'ambiente e alle produzioni biologiche. Questo perché la produzione di birra di qualità è di per sé sostenibile: parte dall'utilizzo di materie prime naturali a chilometro zero, che garantisce una riduzione dei trasporti a vantaggio dell'aria e del traffico, ha una filiera controllata e certificata, richiede una responsabilità condivisa fra tutti gli attori coinvolti nel ciclo di vita (e di consumo) del prodotto.

Obiettivi:

- valorizzare il comparto della Birra Piemontese puntando sulla qualità delle materie prime locali, sulla salvaguardia dell'ambiente in fase di produzione e sulla tracciabilità della filiera;
- promuovere i territori di produzione;
- generare visibilità nei confronti degli operatori del settore nel contesto del mercato elvetico.

Attività:

- realizzazione di un incontro rivolto agli operatori dell'Horeca (B2B), per far conoscere e apprezzare la Birra Piemonte.

Allestimento florovivaistico location e partecipazione a iniziative dedicate al settore

L'iniziativa voluta dall'Assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte e Visit Piemonte, ha inteso promuovere le produzioni del comparto florovivaistico piemontese, attraverso l'organizzazione di mostre florovivaistiche di qualità, con la partecipazione di aziende del comparto di tutto il Piemonte e con l'inserimento di momenti ludici e formativi dedicati ai bambini, per sensibilizzare e appassionare al mondo del verde e delle piante.

In particolare, nel corso dell'anno, si sono realizzate le seguenti iniziative:

- Realizzazione aiuola promozionale alla manifestazione in collaborazione con i Florovivaisti Biellesi **"CANDELO IN FIORE"**.
- Realizzazione di un'aiuola semipermanente, della durata di 5 mesi, promozionale per conto dell'**associazione canadese Communities in Bloom**, utilizzando piante e fiori piemontesi (sunpatiens, begonie big, lobularia ec).
- Realizzazione del progetto **"VERDECOMUNE"** con l'organizzazione di 2 giornate divulgative e formative per amministratori locali.
- Sostegno all'associazione **La Partita più bella del mondo**, allestendo con fioriture e omaggi floreali il campo sportivo di Canale d'Alba. L'evento benefico, patrocinato da Regione Piemonte sarà in favore dell'ospedale infantile Regina Margherita di Torino
- allestimento sala stampa e locali dei **Murazzi** a Torino per la presentazione del BRACHETTO vitigno dell'anno 2024.
- Preparazione e distribuzione al alcuni comuni piemontesi di bins fioriti per salutare il passaggio del **TOUR DE FRANCE**.
- Allestimento degli spazi della REGIONE PIEMONTE alla manifestazione **"TERRA MADRE 2024"**.
- Organizzazione di 2 giornate tecniche dal tema **"I GIARDINI SOSTENIBILI DEL FUTURO"**.
- Partecipazione alla conferenza stampa di presentazione di Euroflora 2025.
- Allestimento verde dei padiglioni espositivi della **Fiera Mondiale del tartufo bianco di Alba**.
- Organizzazione del **Meeting Nazionale Comune Fiorito** presso la Fiera mondiale della meccanizzazione agricola **all'EIMA di Bologna** con la partecipazione di molti comuni piemontesi.
- Allestimenti fioriti in occasione delle **Nitto ATP Finals**.

Pescare in Piemonte

La Regione Piemonte, in collaborazione con Visit Piemonte, ha intrapreso un'iniziativa per **promuovere il settore della pesca e dell'acquacultura**. Questo progetto mira a valorizzare la pesca nelle risorse idriche della regione.

Una delle principali azioni consiste nella creazione di una pagina web dedicata su visitpiemonte.com. Questa pagina funge da contenitore regionale per le normative relative alla pesca date dalle province piemontesi, fornendo indicazioni e informazioni sui permessi e le licenze necessarie per praticare questa attività.

Il progetto ha previsto un flyer informativo a quattro facciate, caratterizzato dalla grafica istituzionale, stampato in n. 2.000 copie.

Questo strumento sarà utilizzato e distribuito alle fiere di settore per diffondere le informazioni sul settore della pesca e dell'acquacultura, incorporando immagini del territorio fornite dalle Aree Turistiche Locali (ATL) piemontesi.

Per arricchire ulteriormente l'esperienza dei visitatori, sia la pagina web che il flyer includono riferimenti ai siti delle ATL, invitando i turisti a esplorare la regione al termine della loro esperienza di pesca e incentivandoli a scoprire ulteriori attrazioni.



Scopri dove e come pescare in Piemonte



Per ulteriori informazioni

REGIONE PIEMONTE
Direzione Agricoltura e Cibo
Settore Conservazione e gestione fauna selvatica e acquicoltura
set.torino.caccia@regione.piemonte.it

visitpiemonte.com

f i n y x d



PIEMONTE
TERRE DI NOI

visit
Piemonte

REGIONE
PIEMONTE

REGIONE
PIEMONTE



Dalle acque cristalline dei laghi alpini ai fiumi che attraversano le verdi valli, il **Piemonte** è un paradiso per i pescatori. Scopri un territorio ricco di **ambienti naturali unici**, dove ogni luogo offre un'esperienza di **pesca diversa**: fiumi, torrenti, laghi, sia in pianura sia in quota. Con la sua straordinaria **varietà di fauna acquatica**, il Piemonte ti invita a vivere emozioni indimenticabili, immerso in **paesaggi incantevoli e rilassanti**.



Vuoi pescare in Piemonte? Ecco cosa ti serve!

Le regole sono semplici: scegli la licenza che fa per te e preparati a lanciare la lenza!

Licenza A: Per chi pesca a livello professionale, perfetta se la pesca è il tuo lavoro.
Licenza B: Per i pescatori amatoriali che vivono in Italia, l'ideale se la pesca è la tua passione nel tempo libero.

Licenza C: Pensata per gli stranieri che vogliono godersi una giornata di pesca durante la loro vacanza in Piemonte.

Se vuoi fare solo una breve esperienza, puoi anche optare per il **permesso giornaliero**, che ti consente di pescare senza una licenza annuale.

Dove vuoi pescare? Scopri i territori!

Dopo aver vissuto l'emozione della pesca tra le acque del Po e i suggestivi laghi alpini del torinese, vivi il territorio: da Torino ai borghi di montagna, dalle **Residenze Reali** alle dolci colline, una grande varietà di paesaggi ed esperienze uniche. Scopri di più su turismotorino.org.

Al termine di un'esperienza di pesca sportiva nei pittoreschi fiumi e laghi in provincia di **Alessandria**, scopri il territorio e le sue eccellenze, visita alexia.it.

Dopo una giornata di pesca nei limpidi torrenti montani, nei tranquilli laghi o lungo il fiume Tanaro tra le province di **Cuneo** e **Asti**, scopri una terra di straordinaria varietà paesaggistica, culturale e gastronomica su visitcuneo.it e visitasti.it.

Esplora il paradiso dei pescatori sul **Lago Maggiore** e sul fiume **Toce**, nel **Verbano-Cusio-Ossola**, vivi le atmosfere romantiche dei laghi, l'imponenza delle montagne, le esperienze outdoor e wellness. Visita distrettolaghi.it.

Dopo esserti appassionato alla pesca tra le montagne e i torrenti del **Biellesse** e del **Vercellese** o nel **Ticino Novarese**, esplora la bellezza naturale dei parchi, immergiti nei panorami artistici e storici e scopri l'autenticità della **Valsesia** terrealtopiemonte.it.



Materiale promozionale

Visit Piemonte supporta gli uffici regionali nella valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità certificata DOP, IGP, DOCG e DOC, anche attraverso la realizzazione di materiali promozionali tematici da distribuire in occasione di fiere, saloni ed eventi.

A seguire, dettaglio dei materiali in fase di realizzazione:

- 1) **volantini a forma di ruota tripla** per **promuovere e comunicare il migliore abbinamento** tra i **10 formaggi DOP**, le **carni fresche e trasformate DOP e IGP** e i **vini DOC e DOCG** del diametro di 17 cm (disco centrale) su 16 cm (ruota superiore e ruota inferiore), stampati in n. 4.000 pezzi, a 4 colori su cartoncino da gr. 350 con plastificazione lucida fronte e retro, fustellati in formato con rivetto centrale. La consegna del materiale è prevista entro fine marzo 2025, attualmente sono in fase di definizione la grafica e i testi che verranno redatti dall'Associazione Italiana Sommelier (AIS) Piemonte.

Attività social

La Regione Piemonte, attraverso Visit Piemonte, ha intrapreso un'importante iniziativa di promozione dei prodotti agroalimentari certificati e delle eccellenze tipiche del proprio territorio. In particolare, è stata pianificata una campagna promozionale sui canali social di Visit Piemonte (Instagram e Facebook) per dare visibilità a:

- 14 prodotti a Denominazione di Origine Protetta (DOP);
- 9 prodotti a Indicazione Geografica Protetta (IGP);
- 343 Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT);
- 19 vini a Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG);
- 41 vini a Denominazione di Origine Controllata (DOC).

La strategia di comunicazione ha previsto la pubblicazione di circa un post a settimana nel corso dell'anno, focalizzandosi sui prodotti agroalimentari e sulle ricette tradizionali del territorio. Tutti i contenuti condivisi rimandano al portale regionale dedicato, www.piemonteagri.it.

Nel 2024 sono stati pubblicati 41 post specificamente dedicati all'agricoltura e ai prodotti di qualità del Piemonte. La promozione sui social include anche la diffusione delle fiere aderenti al progetto "Fieramente in Piemonte 2024", attraverso un aggiornamento mensile pubblicato sui canali social.

Inoltre, sono previsti post rivolti al pubblico B2B, in occasione degli eventi istituzionali organizzati da Visit Piemonte.

GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO
11/01 - BIRRA DEL PIEMONTE	1/02 - FAGIOLO	X	4/04 - ROCCAVERANO	9/05 - FRAGOLA	6/05 - CILIEGIA E AMARENA
18/01 - GORGONZOLA	8/02 - MIELI DEL PIEMONTE	14/03 - CAVOLO VERZA	11/04 - VINITALY	16/05 - BACIO DI DAMA	13/06 FOCACCIA NOVESE
25/01 - BIETOLA	15-02 - TINCA GOBBA	21/03 - VERMOUTH	18/04 - GRISSINO	23/05 - ASPARAGI	20/06 - PLIN
X	22/02 - KRUMIRI	28/03 - GIANDUOTTO	X	30/05 - SEIRASS	27/06 BRACHETTO D'ACQUI
LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
4/07 - SEDANO	8/08 - POMODORO	X	10/10 - PERE	7/11 - BETTELMAT	5/12 - BAGNA CAUDA
11/07 - CIPOLLA	15/08 - ZUCCHINO	X	17/10 - CASTAGNA	14/10 - PATATA	12/12 - BICERIN
18/07 - TOMA DI LANZO	22/08 - PESCA RIPIENA	X	24/10 - AGLIO	21/10 - BICCIOLANI	19/12 - CECE
25/07 - MELONE	29/08 - PEPERONE	X	31/10 - FUNGHI	28/11 - AGNOLOTTI	26/12 - SPUMANTE



visit_piemonte

visit_piemonte Benvenuta stagione delle castagne! 🍂🌰
 Questo frutto a guscio dal sapore dolce e delicato è un vero tesoro culinario, molto apprezzato per la sua versabilità in cucina perché se trasformato in farina, può essere utilizzato per la produzione di pane, pasta fresca e ricette golose. Che dire poi dello squisito Marrone Glace? 🍯
 🍯 Amanti delle castagne, l'appuntamento di questo weekend è alla **Fiera del Marrone di Cuneo**, dal 18 al 20 ottobre!
 📷 credits: Saverio Pisano - IFSE
 #visitpiemonte #marrone #fieradelmarrone #marronglace
 @regionepiemonte.official @piemonteitalia @visitscunee
 6 g

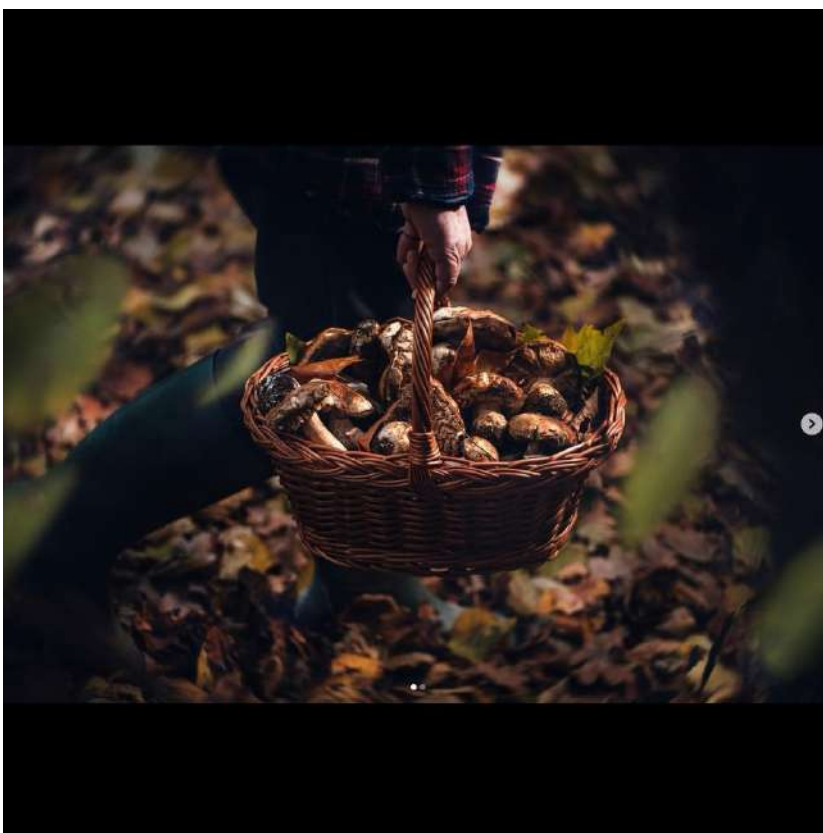
cpghtravel
 2 g · Piace a 2 persone · Rispondi

palazzo.caroni 🏠
 3 g · Mi piace: 1 · Rispondi

Piace a **saradepa_** e altri 146
 6 giorni fa

Aggiungi un commento...

Pubblica



visit_piemonte

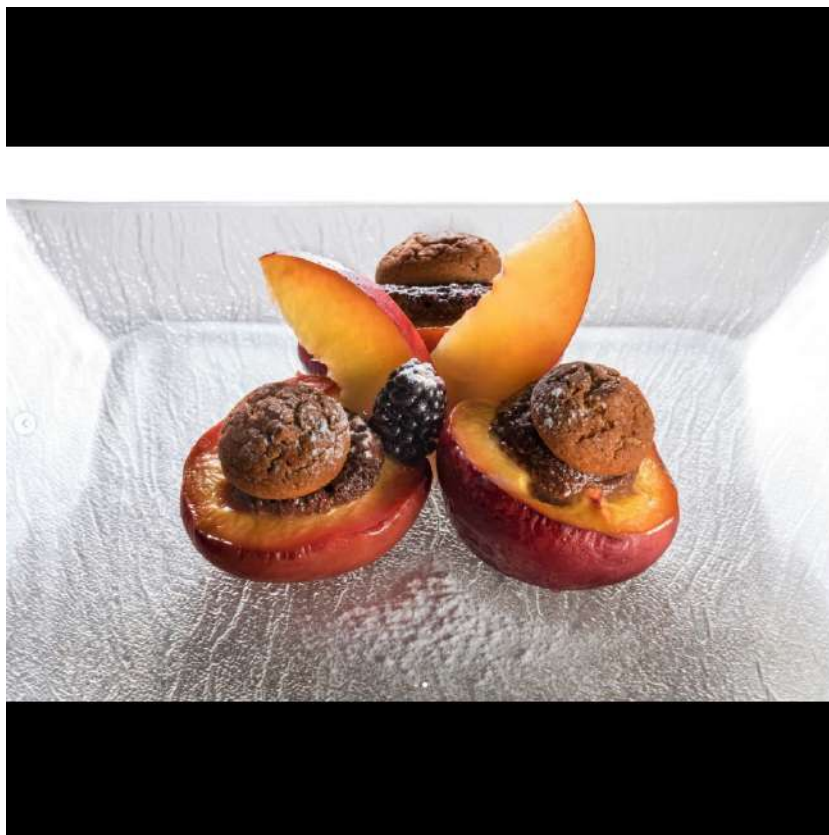
visit_piemonte 🍄 I funghi delle vallate piemontesi: un tesoro della natura!
 Le valli e i boschi del Piemonte sono ricchi di varietà pregiate di funghi come i porcini, gli ovoli e i finferli, raccolti con cura da esperti "fungaioli". Questi doni della natura, simbolo di biodiversità e tradizione, sono protagonisti della cucina autunnale, utilizzati in piatti tipici come risotti, tagliatelle, zuppe e sublimi servizi impanati! 🍷
 📷 credits: Saverio Pisano, IFSE - Visit Piemonte
 #visitpiemonte #funghi #funghiporcini
 @regionepiemonte.official
 1 sett

agnieszka_r.nowak 🍄🍄🍄🍄🍄🍄
 1 sett · Mi piace: 1 · Rispondi

Piace a 157 persone
 10 ottobre

Aggiungi un commento...

Pubblica



visit_piemonte

visit_piemonte 🍑🍪 Cosa ottieni se unisci pesche, cioccolato e amaretti? Uno dei dolci più amati e autentici del Piemonte! Le Pesche Ripiene, o "Pesi Pien" in piemontese, occupano un posto d'onore nel panorama dolciario piemontese, grazie al loro sapore genuino e goloso allo stesso tempo.

credits: Getty Images

#visitpiemonte #pescheripiene #dolci #dolcipiemonte @regionepiemonte.official

Elemento modificato · 7 sett.

🍏 🗨️ 📌

👤 Piace a saradepe_ e altri 167

29 agosto

😊 Aggiungi un commento...

Pubblica

229

FIERAMENTE IN PIEMONTE
Piccole sagre, grandi prodotti

EVENTI DEL MESE DI AGOSTO

PIEMONTE
THE PLACE TO STAY

Iniziativa promossa da:

REGIONE PIEMONTE
ASSESSORATO AGRICOLTURA E CIBO

visit Piemonte
CENTRO REGIONALE DIFFUSIONE

UNIONCAMERE PIEMONTE

visit_piemonte

visit_piemonte 🏰 Fieramente in Piemonte! Quali prodotti tipici troverai nelle fiere di agosto? 🍷

🔥 L'Alessandrino ti aspetta con tantissimi appuntamenti: dal dolce della Sagra della Torta di Nocciolo di Castelletto Monferrato al salato della Sagra del Bollito Misto alla piemontese con Bagnet di Predosa, della Fiera regionale dello Zucchini di Rivalta Borinida e molto altro...

🔥 Nel Torinese non mancare all'attesissima Sagra della Pesca Ripiena di Rocca Canavese della prima settimana di agosto.

🔥 E poi appuntamento alla Sagra della Raschera e del Brusc di Frabosa Soprana, nel Cuneese.

👉 Scopri di più al link in bio!

#visitpiemonte #fieredelmeese #fieramente #enogastronomia @regionepiemonte.official @piemonteitalia @alexatourismo @turismotorino @visitcuneese

Elemento modificato · 11 sett.

🍏 🗨️ 📌

👤 Piace a saradepe_ e altri 150

1 agosto

😊 Aggiungi un commento...

Pubblica

ATTIVITÀ PROGETTUALI

ATTIVITÀ MARKETING AGROALIMENTARE

Distretti che nutrono – Incontro nazionale dei Distretti del Cibo

Premessa

Dal 21 al 23 marzo si è svolta la tre giorni che ha visto il Piemonte ospitare l'incontro nazionale dei Distretti del Cibo

Politiche di aggregazione e promozione dei territori, organizzazione dei mercati, lotta allo spreco alimentare, valorizzazione dei paesaggi, dell'enogastronomia e dei percorsi turistici. Questi i temi affrontati nella ricca e intensa tre giorni (21-23 marzo) nel corso della quale si è tenuto l'incontro nazionale dei Distretti del Cibo organizzata dalla Regione Piemonte, Assessorato Agricoltura e Cibo, in collaborazione con la Consulta nazionale dei Distretti del cibo.

Fare rete, celebrare le eccellenze, organizzare i mercati e combattere lo spreco alimentare. Pensare al cibo non solo dal punto di vista gastronomico ma anche quale volano per la promozione turistica e culturale dei territori, i temi affrontati tra il 21 e il 23 marzo scorso, quando Torino e Pollenzo hanno ospitato l'incontro nazionale dei Distretti del Cibo, voluti con l'intento di favorire lo sviluppo territoriale, la coesione e l'inclusione sociale.

Si tratta di realtà che favoriscono l'integrazione di attività caratterizzate da prossimità territoriale, promuovono la sicurezza alimentare, la riduzione dell'impatto ambientale delle produzioni e dello spreco alimentare, salvaguardano il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole, agroalimentari e l'enogastronomia. I Distretti diventano strumenti fondamentali per la sostenibilità ambientale e territoriale, per la promozione di un territorio e la divulgazione delle proprie eccellenze.

Tra le tematiche trattate

Valorizzazione dei paesaggi rurali e turismo enogastronomico.

I paesaggi rurali rappresentano uno degli elementi più caratterizzanti del Piemonte, la cornice da valorizzare attraverso le politiche distrettuali. I **paesaggi bio-culturali** sono espressione delle relazioni storiche tra uomo e natura nonché il luogo in cui si intrecciano varietà e ricchezza di sistemi naturali e culturali. Per comprendere i **paesaggi piemontesi** è fondamentale analizzare le relazioni tra le risorse naturali e le stratificazioni storico-culturali e sociali che hanno generato il contesto ambientale attuale.

Temi di riferimento sono: l'**uso tradizionale delle acque**, tra i principali fattori di formazione dei paesaggi agricoli, la **straordinaria biodiversità** delle risorse agricole e il **rapporto tra colture e territorio** (pianure e allevamento, colline e viticoltura-frutticoltura). La tutela dei paesaggi rurali, quali elementi identitari della storia

dell'uomo ha portato l'UNESCO a includerne alcuni tra i Patrimoni Mondiali. Ed è proprio nella riscoperta del patrimonio rurale che va individuato il fattore trainante del rilancio del **turismo enogastronomico regionale**, che offre esperienze a contatto con la cultura locale, ambienti naturali e tradizioni alimentari di antica data. Il cibo, in questa ottica, assume il ruolo indiscutibile di fattore trainante dell'economia e del turismo.

Ne hanno parlato Mauro Agnoletti, titolare della cattedra dei paesaggi UNESCO dell'Università di Firenze; Federica Larcher, docente dell'Università di Torino ed esperta di paesaggi bioculturali; Patrizia Lusi, Presidentessa dell'Associazione dei paesaggi Rurali di Interesse Storico; Michele Sonnessa, Presidente dell'Associazione Nazionale delle Città dell'Olio; Mario Arosio, coordinatore del comitato delle Enotecche regionali e delle Strade del vino e del gusto del Piemonte; Paola Lauricella ed Enrico Rivella, ricercatori dell'ISMEA e promotori del progetto di mappatura dei paesaggi rurali; Enrico Gottero, ricercatore del Politecnico di Torino ed esperto di pianificazione del paesaggio.

Mercati, luoghi d'incontro delle politiche distrettuali.

I mercati sono l'anello di collegamento fondamentale nella catena di rifornimento agroalimentare e attorno a essi si sviluppano numerose delle politiche dei Distretti del Cibo. Il mercato va inteso per livelli e ciascuno di questi genera interazioni con il territorio, decisamente diverse se ci si rivolge a produttori o a consumatori. L'accesso ai mercati nazionali e internazionali e al circuito della grande distribuzione organizzata (GDO) ha garantito il profitto necessario perché la filiera potesse risultare competitiva.

Negli ultimi anni si è fatta strada una diversa concezione di mercato, maggiormente legato al territorio, agli aspetti degli scambi diretti e dei circuiti brevi. La promozione delle eccellenze enogastronomiche e delle produzioni tipiche, spesso lontane dai circuiti della GDO per insufficienza di volumi o garanzie di omogeneità, hanno trovato altri luoghi in cui essere valorizzate: i **mercati dei contadini**, gli **hub enogastronomici**, le **fiere** e i **mercati della terra** non sono soltanto vetrine dei prodotti di un territorio, ma veri e proprio luoghi d'incontro e di scambio.

Ne hanno parlato: Giaime Berti, ricercatore presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa ed esperto di Food Policy; Raoul Tiraboschi, Vicepresidente del Consiglio Direttivo di Slow Food Italia; Massimo Torchio, Direttore del Mercato ortofrutticolo del Roero.

Contrasto agli sprechi alimentari e circolarità della filiera cibo.

Lo **spreco alimentare** è il fenomeno che **causa la perdita di circa un terzo di tutto il cibo prodotto per il consumo umano**. Caratterizza ogni fase della catena di produzione e di consumo, una grandissima parte del cibo si spreca durante l'intero processo di produzione degli alimenti, mentre se nei paesi ricchi buona parte del cibo ancora buono viene sprecato direttamente dai consumatori, nei paesi in via di sviluppo lo spreco alimentare domestico è quasi nullo. **L'impatto ambientale di tale fenomeno è enorme**: lo spreco alimentare rappresenta un grandissimo sperpero di risorse usate per la produzione come energia, acqua e terra contribuendo in maniera sostanziale alle emissioni e al cambiamento climatico. Numerose sono le possibilità di riduzione dello spreco alimentare, la normativa in Italia ha fatto un grande passo in avanti con la **legge 166 del 19 agosto 2016, la cosiddetta Legge Gadda**, ma molto può essere ancora fatto in termini di riduzione alla fonte di sprechi e scarti

Ne hanno discusso l'Onorevole Maria Chiara Gadda, deputata della Camera e prima firmataria della legge contro gli sprechi alimentari e farmaceutici; Alessia Toldo ricercatrice dell'Università di Torino esperta di povertà alimentare e contrasto allo spreco; Giulietta Magagnoli, Direttrice del Centro Agroalimentare e logistica di Parma.

Il programma

Giovedì 21 marzo 2024

Sala Trasparenza, Palazzo della Regione – Torino

10.00 *I Distretti si presentano*

Esposizione dei Distretti del cibo d'Italia

Introduce: **Silvia Bottaro** | Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e Cibo

11.00 **Relazioni introduttive**

Piermichele La Sala | Università di Foggia, Consulta Nazionale dei Distretti del cibo

Fabbisogni di intervento e prospettive di sviluppo dei Distretti del cibo

Serena Tarangioli | Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria - CREA

Cinque W (who, what, where, when and why) per capire i distretti del cibo

12.00 **Saluti della Regione e della Direzione Agricoltura e Cibo**

Marco Protopapa | Assessore Agricoltura, Cibo, Caccia e Pesca

Paolo Balocco | Direttore Agricoltura e Cibo

12.30 **Giorgio Calabrese** | Docente di Dietetica e Nutrizione Umana

Il Distretto alimentare fonte di salute e prevenzione

The Place, centro congressi GreenPea – Torino

14.00 Accoglienza e accreditamento

Welcome coffee

14.30 Saluti istituzionali

Marco Protopapa | Assessore Agricoltura, Cibo, Caccia e Pesca

Vittoria Poggio | Assessora Cultura, Turismo, Commercio

Paolo Balocco | Direttore Agricoltura e Cibo

Paola Casagrande | Direttrice Politiche e Fondi europei – Turismo e Sport

15.00 Relazione annuale

Angelo Barone | Presidente della Consulta Nazionale dei Distretti del cibo

Strategie e azioni per una governance territoriale condivisa e partecipata

15.30 Sessione I: Valorizzazione dei paesaggi rurali e turismo enogastronomico

Modera: **Daniela Caracciolo** | Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e Cibo

Relatori/relatrici:

Mauro Agnoletti | Università di Firenze, Cattedra UNESCO, Paesaggi del Patrimonio Agricolo

Approcci e strategie per la valorizzazione turistica del paesaggio rurale

Patrizia Carolina Lusi | Associazione dei Paesaggi Rurali di Interesse Storico

Turismo rurale e il ruolo del Paesaggio alimentare

Mario Arosio | Comitato di coordinamento Enotecche regionali e Strade del vino e del gusto del Piemonte

Enotecche regionali e strade del vino, del riso e dei sapori: insieme per fare grande il Piemonte

Michele Sonnessa | Associazione Nazionale Città dell'Olio

Il turismo dell'olio: opportunità di rilancio dei territori e del paesaggio

Federica Larcher ed **Enrico Pomatto** | Università degli Studi di Torino, Centro Studi per lo

sviluppo rurale della Collina

Paesaggi rurali tra conservazione e trasformazione

Casi studio:

Paola Lauricella | ISMEA produzione integrata e Paesaggio, Rete Rurale Nazionale

Enrico Rivella | Progetto ISMEA, Rete Rurale Nazionale

Le mappe del paesaggio rurale come strumento per migliorare la qualità del paesaggio

attraverso i servizi ecosistemici: dalle mappe del Piemonte alle Linee Guida nazionali

Enrico Gottero | Politecnico di Torino

Leggere e pianificare i paesaggi del cibo. Studi e ricerche in corso in Piemonte

17.30 Proposte turistiche per il Piemonte

Illustra: **Paola Casagrande** | Direttrice Politiche e Fondi europei – Turismo e Sport

18.00 **Speech: Alcol, vino e salute**

A cura di **Michele Scognamiglio** | Specialista in Scienza dell’Alimentazione, Patologia e Biochimica Clinica

Venerdì 22 marzo 2024

Sala Rossa, Agenzia di Pollenzo – Pollenzo

9.30 *Welcome coffee*

9.45 **Saluti: Barbara Nappini** | Slow Food Italia

10.00 **Sessione II: Mercati, luoghi d’incontro e promozione delle politiche distrettuali**

Modera: **Egidio Dansero** | Università di Torino, Rete italiana politiche locali del cibo, Atlante del cibo di Torino metropolitana

Relatori:

Giaime Berti | Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, Rete italiana politiche locali del cibo

I mercati territorializzati come luogo di ricostruzione delle relazioni città-campagna

Raoul Tiraboschi | Slow Food Italia

Distretti del cibo, politiche locali del cibo e mercati agricoli: un trilogia necessario

Caso studio:

Massimo Torchio | Mercato ortofrutticolo del Roero

Mercati all'ingrosso e distretti del cibo: protagonisti dello sviluppo territoriale

11.00 **Sessione III: Contrasto agli sprechi alimentari e circolarità della filiera cibo**

Modera: **Egidio Dansero** | Università di Torino, Rete italiana politiche locali del cibo, Atlante del cibo di Torino metropolitana

Relatrici:

Maria Chiara Gadda | Deputata, Vicepresidente Commissione Agricoltura

Eccedenze alimentari, da problema a risorsa: le opportunità della Legge 166/16 antispreco

Alessia Toldo | Università di Torino, Rete italiana politiche locali del cibo, Atlante del cibo di Torino metropolitana

Sprechi alimentari: definizioni, azioni e politiche di contrasto

Caso studio:

Giulietta Magagnoli | Centro Agroalimentare di Parma

Parma e la filiera solidale - Il mercato e la sua logistica al servizio dei più fragili

Sala Congressi, Agenzia di Pollenzo – Pollenzo

12.30 Conferenza stampa – Commissione Politiche Agricole

Intervengono gli Assessori all'Agricoltura

Modera: **Gianfranco Latino** | Regione Piemonte, Direzione Agricoltura e Cibo

12.30 Aperitivo e presentazione del Distretto del Cibo del Roero

13.00 Speech: Microbiota Intestinale e Microbiomeoma, i due cantieri della vita

A cura di **Michele Scognamiglio** | Specialista in Scienza dell'Alimentazione, Patologia e Biochimica Clinica

Light lunch

Sala Rossa, Sala Conferenze e Sala Azzurra, Agenzia di Pollenzo

15.30 Sessione III: Tavoli di dibattito

Moderano:

Tavolo sui paesaggi rurali e turismo enogastronomico (tavolo verde)

Teresa Del Giudice | Università degli Studi di Napoli Federico II

Tavolo sul contrasto agli sprechi alimentari (tavolo giallo)

Simona Riccio | Agrifood & Organic Specialist, Digital Strategist, LinkedIn Top Voice Italy

Tavolo sui mercati (tavolo rosso)

Luca Fabbri | Consulta Nazionale dei Distretti del cibo

Monastero della Stella – Saluzzo

20.00 Cena con degustazione guidata e presentazione dei Distretti

Presentazione del Distretto del Cibo della Frutta

Presentazione del Distretto del Cibo Pinerolese Terre da Tasté

Presentazione del Distretto del Cibo del Monregalese-Cebano a indirizzo biologico

Sabato 23 marzo 2024

Piazza Piemonte I – Torino

8.15 Ritrovo e partenza per la visita dei territori interessati dai Distretti del cibo piemontesi

Basilica San Maurizio, Pinerolo - Distretto del Cibo Pinerolese Terre da Tasté

Fondazione Agrion, Manta - Distretto del Cibo della Frutta e Distretto del Cibo del

Monregalese-Cebano a indirizzo biologico

Castello di Costigliole – Costigliole d'Asti

13.30 Pranzo con degustazione guidata e presentazione dei Distretti

Presentazione del Distretto del Cibo e del Vino Langhe-Monferrato

Presentazione del Distretto del Cibo Chierese-Carmagolese

Presentazione del Distretto del Cibo e del Vino Mombarone, Serra Morenica e Naviglio di Ivrea

15.00 Conclusione dell'evento

Marco Protopapa | Assessore Agricoltura, Cibo, Caccia e Pesca

Paolo Balocco | Direttore Agricoltura e Cibo

15.30 Prosieguo della visita dei territori interessati dai Distretti del cibo piemontesi

Spazio Gusto, Chieri - Distretto del Cibo Chierese-Carmagnolese e Distretto del Cibo e del Vino

Mombarone, Serra Morenica e Naviglio di Ivrea

ATTIVITÀ SVOLTE

I servizi che la Regione Piemonte intende acquisire sono tutti quelli funzionali all'organizzazione e gestione integrata delle 3 giornate che si svolgeranno il 21, il 22 e il 23 marzo 2024.

Organizzazione degli eventi, gestione degli spazi e presenza il 21 e 22 marzo

- Invio di Save the Date e Invito;
- pianificazione e realizzazione delle attività;
- avvio e chiusura delle attività;
- verifica disponibilità delle sale, luogo e capienza, verificandone la compatibilità e la fattibilità;
- assistenza e controllo del regolare svolgimento delle attività ospitate nel rispetto delle regole e delle norme sulla sicurezza;
- predisposizione, gestione e registrazione delle videoconferenze con software/piattaforma messa a disposizione dal prestatore di servizio;
- allestimento per ogni iniziativa programmata;
- verifica delle esigenze tecniche e logistiche previste per ciascun evento relativamente agli impianti audio, luci e video;
- attività di coordinamento del personale tecnico e del personale specialistico secondo le necessità previste dagli accordi con la Stazione Appaltante e i docenti / relatori (contenuti a cura di Regione Piemonte);
- servizio di segreteria e gestione delle prenotazioni agli eventi, gestione delle iscrizioni o delle preadesioni di partecipazione, vitto e alloggio per i relatori;
- disallestimento degli spazi/stand;
- transfer

Attività di promozione

Sulla base delle indicazioni che saranno fornite da Regione Piemonte sarà necessario svolgere:

- gestione complessiva della comunicazione volta a far conoscere e a promuovere le singole attività in programmazione;
- realizzazione di materiali e allestimento grafico; progettazione grafica dell'immagine coordinata dell'azione di comunicazione e declinazione dei layout ai vari formati secondo necessità.



G7 AGRICOLTURA - SIRACUSA

Premessa

Nel corso del mese di **settembre** si è tenuta a **Siracusa** la riunione dei **Ministri dell'Agricoltura del G7**.

Nel contesto dell'evento istituzionale di livello internazionale, il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste ha organizzato un'esposizione in cui l'Italia che produce ha messo in vetrina le sue eccellenze: dall'enogastronomia, alla pesca, dall'acquacoltura al settore vivaistico/forestale nazionale, fino alla tecnologia, all'innovazione e alla ricerca applicate all'agricoltura.

Le manifestazioni collaterali sono state organizzate nell'isola di **Ortigia** e sono durate 9 giorni, dal **21 al 29 settembre** con stand espositivi, degustazioni, momenti di intrattenimento su tutto il centro storico, spettacoli musicali e sportivi, nonché eventi convegnistici.

Vi è stata la partecipazione delle Regioni italiane, di istituzioni pubbliche, di organizzazioni professionali e associazioni di categoria delle filiere di settore, dei più grandi Consorzi di tutela, ma anche delle grandi aziende nazionali, delle partecipate di Stato e delle Forze dell'Ordine che hanno potuto allestire degli stand promozionali per valorizzare la propria offerta di settore.

L'evento ha rappresentato un'occasione di primaria e assoluta rilevanza per l'Italia per valorizzare le eccellenze agroalimentari, scientifiche, culturali, artistiche, architettoniche e paesaggistiche e quelle delle filiere economico-produttive.

Alla luce di questa premessa, la Regione Piemonte – Direzione Agricoltura e cibo – ha partecipato all'evento, considerato un'importante vetrina per il settore agroalimentare piemontese, e ha richiesto a Visit Piemonte di presentare il progetto esecutivo con relativo budget di spesa.

Obiettivi

Gli obiettivi principali della partecipazione all'evento possono essere così riassunti:

- **valorizzare i prodotti agroalimentari di qualità** verso il pubblico che ha partecipato all'evento, infatti, oltre alle delegazioni degli stati aderenti al G7, numerosi sono stati i cittadini e i turisti che sono venuti a visitare le aree dedicate alla promozione dei prodotti e dei territori;
- utilizzare **l'evento come volano per comunicare** il comparto agricolo regionale al pubblico, ai media di settore e generalisti;
- **generare visibilità** verso i consumatori finali.

Strategia e attività

La partecipazione all'evento è passata attraverso la collaborazione di 8 Regioni che hanno deciso di organizzare una presenza congiunta al fine di ottimizzare gli spazi e i costi: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Provincia Autonoma di Trento, Alto Adige, Friuli Venezia Giulia. È stata allestita una

tensostruttura in piazza d'Armi a Ortigia (Siracusa), organizzata per ospitare i desk istituzionali delle Regioni e un'area per incontri, degustazioni e animazioni che sono state organizzate da ogni Ente, ma gestite e coordinate in modo centralizzato. Le degustazioni sono state strutturate in modo che ogni Regione avesse uno slot in ogni giornata, così da garantire un'equa visibilità.

La Regione Lombardia ha coordinato l'allestimento realizzato a cura di AB Comunicazioni – agenzia specializzata in organizzazione eventi, promozioni, direct marketing, partecipazione a fiere e altre manifestazioni, press office, advertising, corporate image – incaricata con un bando di gara attraverso il CONSIP. AB Comunicazioni è l'allestitore ufficiale anche del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste (MASAF).

I servizi che la Regione Piemonte ha acquisito sono tutti quelli funzionali all'organizzazione e alla gestione della presenza istituzionale in loco, nello specifico:

- partecipazione all'allestimento completo dello spazio espositivo multiregionale comprensivo di area incontri/degustazione comune di circa 80mq comprensivo di cucina e di area dedicata al Piemonte di circa 3,5X3,5 mt con pareti graficabili, desk info, porta dépliant, schermo per veicolazione video promozionali. La progettazione grafica con foto identificative del territorio regionale e la produzione dei file esecutivi di stampa è stata a cura di personale interno a Visit Piemonte. A tal proposito si evidenzia quanto segnalato dalla richiesta n. 188880463 del 29/08/2024 di Regione Piemonte nella quale si precisa che La Regione Lombardia ha coordinato l'allestimento realizzato a cura di AB Comunicazioni – agenzia specializzata in organizzazione eventi, promozioni, direct marketing, partecipazione a fiere e altre manifestazioni, press office, advertising, corporate image – incaricata con un bando di gara attraverso il CONSIP e che AB Comunicazioni è l'allestitore ufficiale anche del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste (MASAF);
- personale addetto al presidio dello stand istituzionale, per fornire informazioni e distribuire il materiale promozionale;
- organizzazione e coordinamento degustazioni di prodotti enogastronomici di qualità certificata presso lo stand istituzionale (9 totali, 1 per ogni giornata);
- reperimento di prodotti agroalimentari certificati e di vini DOC/DOCG per le degustazioni tramite l'associazione Vignaioli Piemontesi;
- spedizione dei prodotti agroalimentari, dei vini e di materiale promozionale tramite società Sogedim;
- personale addetto alla preparazione e somministrazione del cibo e dei vini.

Per l'intera durata della fase operativa, il personale di Visit Piemonte si è occupata di gestire e di coordinare tutti i fornitori ingaggiati e i vari aspetti necessari all'organizzazione della presenza in loco:

- gestione procedure amministrative, affidamento incarichi e coordinamento fornitori;
- coordinamento realizzazione grafiche evento e logistica;
- presenza di personale in loco per il coordinamento delle attività;
- supervisione del programma di degustazioni;
- relazione finale per illustrare l'andamento dei lavori.

[Cronoprogramma](#)

Settembre – Ottobre 2024

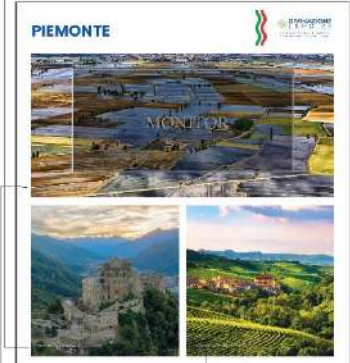
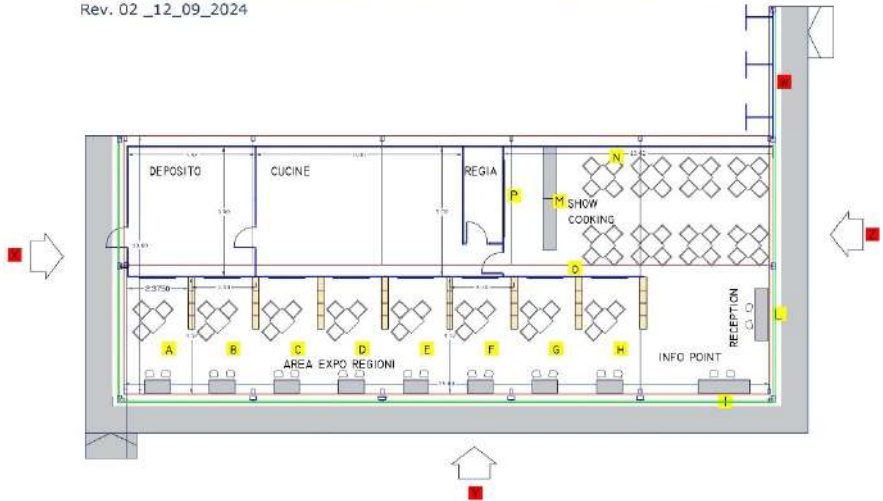
Calendario e descrizione degustazioni



GIORNO	SLOT ORARIO	TITOLO DEGUSTAZIONE	VINI	ALIMENTARI
Sabato 21	17.00-18.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: alla scoperta di formaggi, salumi e vini	Dolcetto DOCG Alta Langa DOCG	Formaggi: Toma piemontese, Raschera, Ossolano, Roccaverano Salumi: Salame Piemonte
Sabato 21	21.00-22.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: la Torta nocciole, I marron glacé e i grandi vini aromatici	Brachetto DOCG Asti Moscato DOC	Torta di nocciole Marron glacé
Domenica 22	17.00-18.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: la carne di razza piemontese, la mela rossa Cuneo e il Barolo	Barolo DOCG Alta Langa DOCG	Battuta di carne di razza piemontese Mela rossa Cuneo
Lunedì 23	12.30-13.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: il Riso di Baraggia al gorgonzola, la Barbera e l'Erbaluce	Barbera superiore DOCG Erbaluce DOCG	Riso di Baraggia Gorgonzola Mela rossa
Martedì 24	18.00-19.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: la carne di razza piemontese, la mela rossa Cuneo e il Barolo	Barolo DOCG Alta Langa DOCG	Battuta di carne di razza piemontese Mela rossa Cuneo
Mercoledì 25	16.00-17.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: alla scoperta di formaggi, salumi e vini	Dolcetto DOCG Alta Langa DOCG	Formaggi: Toma piemontese, Raschera, Ossolano, Roccaverano Salumi: Salame Piemonte
Giovedì 26	12.30-13.30	I tesori DOP e IGP del Piemonte: il Riso di Baraggia al gorgonzola, la Barbera e l'Erbaluce	Barbera superiore DOCG Erbaluce DOCG	Riso di Baraggia Gorgonzola Mela rossa
Venerdì 27	21.00-22.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: la Torta nocciole, I marron glacé e i grandi vini aromatici	Brachetto DOCG Asti Moscato DOC	Torta di nocciole Marron glacé
Domenica 29	20.00-21.00	I tesori DOP e IGP del Piemonte: aperitivo con Vermouth, salame e nocciole	Vermouth di Torino	Salame Piemonte Torta di nocciole

IMMAGINI E RENDER STAND

G7 SIRACUSA - REGIONI DEL NORD (Piazza D'armi) ----- 10.00 X 25.00 X H300
Rev. 02 _12_09_2024



PARETE



DESK proposta 1



ATTIVITÀ MARKETING TURISTICO

ALTO PIEMONTE – GRAN MONFERRATO CITTA' EUROPEA DEL VINO 2024

Premessa

Le realtà di **Gattinara, Acqui Terme, Barengo, Boca, Bogogno, Borgomanero, Briona, Brusnengo, Casale Monferrato, Fara Novarese, Ghemme, Grignasco, Maggiora, Mezzomerico, Ovada, Romagnano Sesia, Sizzano, Suno, Vigliano Biellese e Villa del Bosco** il 4 luglio 2023, nella prestigiosa sede del Parlamento Europeo, hanno ricevuto il riconoscimento di **“Città Europea del Vino 2024”** assegnato da RECEVIN, la Rete comunitaria delle 800 Città del Vino. Il concorso è unico nel suo genere e si pone l'obiettivo di **mettere in risalto l'influenza della cultura enologica ed enoturistica** nella società, nel paesaggio, nell'economia, nella gastronomia e nel patrimonio e il suo valore per l'Unione Europea. Dopo il Portogallo, con la valle del Douro “Città Europea del Vino 2023”, l'ambito titolo di RECEVIN è ritornato all'Italia, con il territorio piemontese che ottiene tale fregio dopo quello di Sannio e Falanghina (2019), Marsala (2013) e Conegliano-Valdobbiadene (2016).

L'investitura di **Alto Piemonte Gran Monferrato** come **Capitale Europea del Vino 2024** ha riconosciuto il **valore** di questo **territorio** e dei suoi **vini** capaci di conciliare tradizione e innovazione e ha rappresentato uno straordinario valore aggiunto, foriero di importanti ricadute in termini di immagine, turistica e socioeconomica. Per l'intero corso del 2024 sono stati organizzati numerosi appuntamenti ed eventi, manifestazioni culturali ed enogastronomiche che hanno animato i venti Comuni “Città del Vino” di Alto Piemonte e Gran Monferrato coinvolgendo, in modo sinergico, tutti gli stakeholder del territorio.

245

Obiettivi

Gli obiettivi principali del progetto possono essere così riassunti:

- **promuovere** le straordinarie **peculiarità** dei territori dell'**Alto Piemonte e del Gran Monferrato** per potenziarne la **destagionalizzazione** e valorizzare il turismo per tutto l'anno;
- caratterizzare il **vino** come **elemento unificante** e **individuare** i principali **assi di intervento** all'interno dei quali andare a calare le più efficaci e coerenti linee strategiche, per poter **incrementare il livello di sviluppo dell'offerta turistica** del territorio nel suo complesso, rendendo i diversi prodotti e servizi turistici maggiormente fruibili;
- **ripensare** la propria **offerta** per adeguarla al contesto competitivo;

- **coinvolgere e collaborare** con gli **stakeholder del territorio**: Enotecche regionali, Consorzi di Tutela, Strade del vino, Agenzie Turistiche Locali e tutti gli eventuali soggetti riconosciuti dalla normativa regionale;
- creare un **modello di governance** che duri nel tempo, in modo che la chiusura dell'evento rappresenti un punto di partenza per **nuove progettualità**.

Strategia e attività

Le attività che Visit Piemonte, su incarico di Regione Piemonte, ha gestito nell'ambito del progetto sono state molteplici: dalla **promozione** dei territori e dei vini attraverso l'**organizzazione di eventi specifici** e la **partecipazione a fiere e saloni di settore nazionali e internazionali**, alla **produzione di materiali tematici**, alla **comunicazione**, passando per la **realizzazione** di un **percorso formativo** dedicato all'**enoturismo**.

A seguire il dettaglio delle iniziative.

A. **Organizzazione di eventi specifici, partecipazione a fiere e saloni di settore nazionali e internazionali.**

L'Enoteca Regionale di Ovada e del Monferrato, Ente coordinatore del Comitato Promotore per l'area del Gran Monferrato, è stata incaricata di organizzare gli eventi di apertura, di chiusura e di partecipare ad alcune fiere e saloni di settore nazionali e internazionali. In fase di attuazione, il progetto è stato arricchito con la partecipazione a ulteriori eventi, ampliando la visibilità dei territori e dei grandi vini che li rappresentano. Si precisa che, per questioni organizzative, non è stato possibile partecipare alle fiere estere previste da progetto Wine Paris e Prowein Düsseldorf. In alternativa, si è partecipato a: Cannes Film Festival e WTM di Londra.

Segue elenco delle attività.

a. **14 gennaio, Lamego (Portogallo) | Ritiro del Riconoscimento "Città Europea del Vino 2024".**

Il 14 gennaio ha segnato un momento storico per il territorio di Alto Piemonte Gran Monferrato con il ritiro ufficiale del riconoscimento "Città Europea del Vino 2024". La cerimonia, che si è svolta nella suggestiva regione del Douro in Portogallo, ha visto la partecipazione di rappresentanti istituzionali e di esperti del settore vitivinicolo europeo.



b. 5 febbraio, Milano | BIT (Borsa Internazionale del Turismo).

L'Alto Piemonte Gran Monferrato ha preso parte alla BIT di Milano nell'ambito dello stand della Regione Piemonte. La fiera, evento di portata internazionale che richiama operatori del settore turistico da tutto il mondo, ha rappresentato un'importante vetrina per il Comitato Organizzatore, che ha avuto l'opportunità di promuovere il territorio non solo come destinazione enoturistica, ma anche come culla di cultura, storia e tradizioni. La partecipazione alla BIT ha permesso di intrecciare nuovi contatti e di presentare i progetti legati alla Città Europea del Vino 2024 a un pubblico ampio e qualificato, rafforzando la visibilità e l'attrattività del territorio.



c. 1-2 marzo, Acqui Terme, Ovada e Casale Monferrato | Evento di apertura "Città Europea del Vino 2024 Alto Piemonte Gran Monferrato".

Nel pomeriggio di **venerdì 1° marzo** si è tenuto ad **Acqui Terme** l'incontro dei delegati Città del Vino – RECEVIN nella Sala del Consiglio del Comune. È seguita la riunione plenaria RECEVIN con Enti istituzionali, Sindaci e le delegazioni delle Città del Vino presso l'Hotel La Meridiana, con **presentazione** del programma degli **oltre 70 eventi dedicati al vino ed alla promozione del territorio** che il Comitato Organizzatore ha pianificato per l'intero 2024 con il coinvolgimento dei Consorzi di Tutela, delle Camere di commercio, degli Enti locali, di aziende e Università, con ricadute economiche e turistiche. I partecipanti sono stati 250. A seguire, visita della città con attività di intrattenimento musicale e rievocazione storica in Piazza Bollente, monumento

simbolo della città, e in serata cena presso l'Enoteca Regionale "Acqui Terme e Vino". **Sabato 2 marzo** la delegazione è stata accompagnata in un breve tour delle **colline** dell'**Ovadese** con visita alla Cantina del Castello di Tagliolo Monferrato, per proseguire verso **Ovada** dove è stata accolta nel Palazzo Comunale per poi visitare la città e le postazioni dei produttori dislocati per le vie del centro storico (più di 1.000 aderenti). A seguire buffet con **degustazione** dei vini di Alto Piemonte e Gran Monferrato presso l'**Enoteca Regionale di Ovada e del Monferrato**. Nel pomeriggio, spettacolo itinerante musicale per le vie della città in onore delle delegazioni e delle Città del vino.

Al termine partenza in pullman per **Casale Monferrato**. Accoglienza delle delegazioni presso il **Castello** di Casale Monferrato per la visita del **Museo della DOC**. A seguire, visita della città con guida e focus sulla Gipsoteca Bistolfi. In serata cena al Castello di Casale Monferrato con spettacolo al Teatro Municipale "In Vino Musica" della Monferrato Classic Orchestra.



d. 6 marzo, Berlino | ITB (Internationale Tourismus Borse).

All'ITB di Berlino, una delle fiere più importanti del comparto turistico mondiale, il territorio di Alto Piemonte Gran Monferrato ha avuto l'occasione di presentarsi a un pubblico internazionale di operatori turistici. Lo **stand di Regione Piemonte**, allestito all'interno del padiglione Italia gestito dall'ENIT (Agenzia Nazionale Italiana del Turismo), ha offerto una piattaforma ideale per raccontare il progetto "Città Europea del Vino 2024" e promuovere le ricchezze del territorio. Le numerose interazioni con operatori europei hanno evidenziato un forte interesse verso esperienze enoturistiche immersive, posizionando l'Alto Piemonte Gran Monferrato come una meta di grande richiamo. Al termine della presentazione è stata organizzata una degustazione di vini dei territori promossi.



e. **14-17 aprile, Verona | Vinitaly.**

Il **Vinitaly**, la più grande fiera internazionale dedicata al vino e all'enologia, è stata il palcoscenico ideale per far conoscere e apprezzare Alto Piemonte Gran Monferrato Città Europea del Vino 2024. All'interno dello stand di Regione Piemonte, è stata dedicata una postazione al progetto "Alto Piemonte Grand Monferrato Città Europea del Vino 2024" dove sono stati distribuiti materiali promozionali. Inoltre, il **15 aprile**, nell'area incontri dello stand regionale è stata organizzata una **presentazione** del calendario eventi 2024, seguita da una degustazione di vini. Vinitaly ha consolidato la reputazione del territorio come punto di riferimento per la viticoltura italiana di alta qualità.



f. 24 maggio, Cannes | Festival del Cinema.

L'**Alto Piemonte Gran Monferrato** ha fatto il suo debutto anche sulla Croisette, partecipando al **Festival di Cannes**. In questo contesto esclusivo, la presenza della **“Città Europea del Vino 2024”** ha rappresentato un **incontro tra vino, cultura e glamour**. Il territorio ha avuto l'opportunità di promuovere le proprie eccellenze in un ambiente internazionale, creando connessioni tra il mondo del cinema e l'universo enologico, sottolineando il valore culturale del vino come elemento di narrazione e di identità.

252



g. 25-26-27 ottobre, Gattinara, Stresa | Convention d'Autunno

Venerdì 25 ottobre a Gattinara Convegno “Osservatorio del Turismo del Vino”, Città del Vino — Nomisma — UPO, nella Sala Conferenze Villa Paolotti di Gattinara.

Per gli accompagnatori e non addetti ai lavori partenza da Piazza Paolotti per visita a “Villa Caccia — Museo Etnografico della Bassa Valsesia” di Romagnano Sesia, a seguire visita alla Cantina “dei Santi” di Romagnano Sesia.

A seguire apericena presso Istituto Alberghiero “M. Soldati” di Gattinara.

Sabato 26 ottobre visita in vigna e alle cantine dei nebbioli de11'A1to Piemonte nell'azienda “La Piemontina” di **Sizzano** (NO). A seguire Light lunch.

Visita alla statua di San Carlo Borromeo e alla città di **Arona** (NO).

In seguito trasferimento a Stresa. Cena di gala presso Hotel Regina Palace con la presentazione degli eventi realizzati per Città Europea del Vino 2024 alla presenza dei dirigenti di Città del Vino (capeggiati dal Presidente Nazionale Angelo Radica), della Consigliera regionale Daniela Cameroni e del Presidente del Distretto dei Laghi Francesco Gagliardelli.

Domenica 27 ottobre Cerimonia di Chiusura Città Europea del Vino 2024 e focus sulle iniziative realizzate nel 2024 presso lo **Stresa Convention Centre**, alla presenza del Consigliere regionale Marco Protopapa, del Sindaco di Stresa Marcella Severino. Per l'occasione il Comitato Alto Piemonte Gran Monferrato attraverso i suoi componenti ha relazionato il programma degli eventi realizzati in questo anno, sottolineando le attività più importanti sotto il profilo nazionale e internazionale. La presentazione è stata coordinata dal giornalista Mediaset, Marco Graziano. A seguire pranzo presso lo Stresa Convention Centre.

Alle tre giornate hanno partecipato delegazioni a livello nazionale in rappresentanza di 14 regioni (Friuli-Venezia Giulia, Piemonte, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Veneto, Liguria, Emilia-Romagna, Toscana, Lazio, Umbria, Abruzzo, Campania, Sicilia, Sardegna), oltre alla rappresentanza di un comune de11'Istria (Croazia) e del Portogallo: una grande vetrina per Alto Piemonte Gran Monferrato che con questa iniziativa ha saputo promuovere al meglio tutte le produzioni vitivinicole e far conoscere le bellezze naturali, culturali e storiche della nostra terra. Complessivamente hanno partecipato 250 persone ca.



h. 5-6 novembre, Londra | World Travel Market (WTM)

L'A1to Piemonte Gran Monferrato ha raggiunto la scena internazionale partecipando al World Travel Market (WTM) di Londra nell'ambito dello stand della Regione Piemonte. Si tratta di uno

dei più importanti appuntamenti fieristici mondiali per il settore turistico. In questa piattaforma globale, il territorio ha presentato il progetto "Città Europea del Vino 2024," attirando l'attenzione di operatori turistici e investitori internazionali. La partecipazione al WTM ha rappresentato un'opportunità unica per consolidare rapporti con i principali attori del turismo enogastronomico, posizionando Alto Piemonte Gran Monferrato come destinazione di grande richiamo per esperienze di viaggio immersive e di qualità. È stato un importante momento anche per presentare il ricco lavoro di promozione portato avanti nel corso dell'anno. Al termine della presentazione è stata organizzata una degustazione di vini dei territori promossi.



A corollario degli eventi principali si è partecipato inoltre a una serie di manifestazioni di livello nazionale lungo il corso dell'anno allo scopo di aumentare ulteriormente la visibilità del territorio di Alto Piemonte Gran Monferrato, coinvolgendo comunità e visitatori in un viaggio alla scoperta del territorio, delle eccellenze e della sua tradizione vinicola, creando un richiamo forte che va oltre i confini della regione.

Di seguito l'elenco degli eventi in questione, i cui costi organizzativi sono stati sostenuti direttamente dal Comitato Organizzatore:

a. 2-4 marzo, Torino | Salone del Vino.

L'evento, riconosciuto come uno dei principali appuntamenti per gli appassionati e gli esperti del settore, ha rappresentato una vetrina d'eccezione per i vini della regione. La presenza di Alto Piemonte e Gran Monferrato ha catturato l'attenzione di un pubblico attento e desideroso di scoprire le peculiarità dei vini del territorio.



b. 7 maggio, Roma | Presentazione nella sede del Gambero Rosso.

La presentazione ufficiale nella prestigiosa sede del Gambero Rosso a Roma ha rappresentato un evento mediatico di grande importanza per Alto Piemonte Gran Monferrato Città Europea del Vino 2024. Con la partecipazione di oltre 40 giornalisti specializzati, l'incontro ha avuto un forte impatto mediatico, rafforzando l'immagine del territorio come destinazione turistica di pregio.



c. 10 maggio, Casale Monferrato | Presentazione dell'Intervista Impossibile a Federico Martinotti.

Questo evento ha visto la creativa messa in scena di un'intervista immaginaria al celebre enologo Federico Martinotti, inventore del metodo di spumantizzazione che porta il suo nome. La Filarmonica di Casale Monferrato ha ospitato un pubblico appassionato di enologia e storia, offrendo uno spettacolo coinvolgente che ha celebrato l'ingegno italiano e il contributo di Martinotti al mondo del vino. Un'iniziativa che ha saputo fondere intrattenimento e cultura, suscitando grande interesse e partecipazione.



d. 6 luglio, Asti | Presentazione all'ONAV Nazionale.

La presentazione presso la sede dell'ONAV (Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Vino) di Asti ha costituito un momento di riflessione e approfondimento tecnico. I vini dell'Alto Piemonte Gran Monferrato sono stati protagonisti di degustazioni guidate da esperti del settore, i quali hanno sottolineato la complessità e la qualità della produzione vinicola del territorio. L'evento ha rappresentato un'occasione preziosa per instaurare un dialogo diretto con professionisti e appassionati, consolidando la reputazione della regione come punto di riferimento per la viticoltura di eccellenza.

258



e. 24 settembre, Siracusa | G7 Agricoltura.

Partecipazione al convegno "L'impatto dell'enoturismo su imprese e territorio", all'interno del dibattito è stato approfondito il progetto territoriale che ha portato al riconoscimento di Alto Piemonte Gran Monferrato Città Europea del Vino 2024 e le ricadute sull'economia del territorio.

Inoltre è stata sottolineata l'importanza della collaborazione di territori diversi per il perseguimento di un obiettivo comune.



f. 3 novembre, Milano | Golosaria

All'interno di Golosaria, **evento di punta nel panorama enogastronomico italiano**, Alto Piemonte e Gran Monferrato hanno partecipato con un esclusivo wine tasting. La degustazione ha offerto ai partecipanti un'esperienza immersiva nelle eccellenze vitivinicole del territorio, riscuotendo grande interesse tra produttori, appassionati, giornalisti e professionisti del settore. Golosaria si è confermata così una vetrina ideale per raccontare la tradizione enologica e il patrimonio culturale di queste terre, posizionandole tra le mete enoturistiche emergenti d'Italia.

259





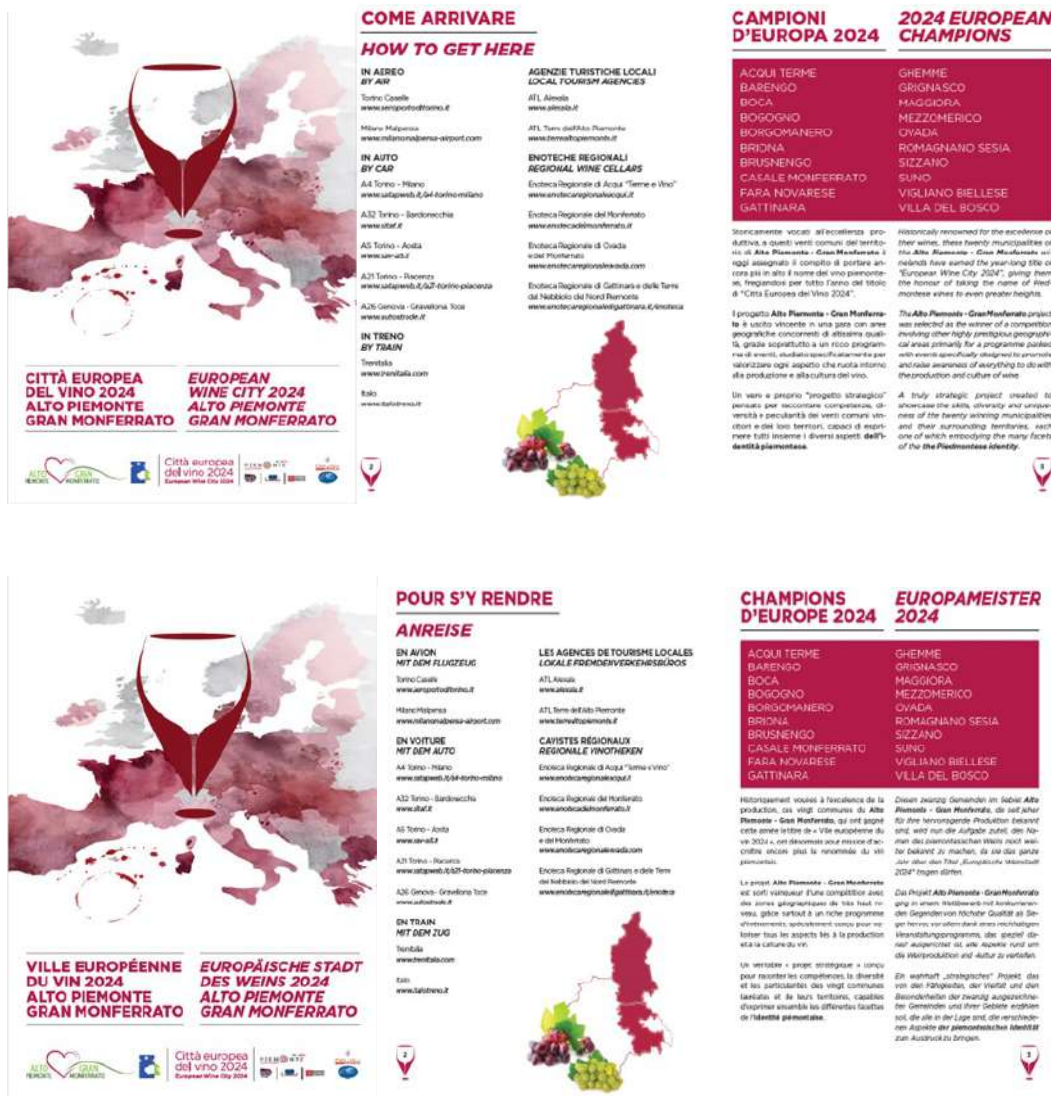
In parallelo a questi eventi di maggior rilievo, numerose manifestazioni locali hanno animato i comuni dell'Alto Piemonte Gran Monferrato lungo il corso dell'anno, coinvolgendo comunità e visitatori in un viaggio alla scoperta del territorio, delle sue eccellenze e della sua tradizione vinicola, creando un richiamo forte che va oltre i confini della regione.

B. Produzione di materiali tematici.

Accanto agli eventi e alle manifestazioni organizzate, sono stati realizzati diversi materiali promozionali tematici per promuovere al meglio il riconoscimento di **Alto Piemonte Gran Monferrato Città Europea del Vino 2024**. Questi strumenti sono stati progettati non solo per valorizzare l'identità del territorio, ma anche per garantirne una visibilità internazionale. Segue il dettaglio dei principali prodotti realizzati per sostenere la campagna di promozione.

a. Brochure di descrizione del progetto e del territorio.

Realizzazione di una brochure in formato A5, foliazione 16 pagine, bilingue – italiano/inglese, francese/tedesco - per offrire una panoramica completa del progetto **Città Europea del Vino 2024** e delle specificità del territorio Alto Piemonte Gran Monferrato. Ne sono stati stampati 5.700 pezzi in ITA/ENG e 5.700 pz in FRA/DEU. Entrambe le versioni sono state confezionate in scatole da 235 pz ciascuna, distribuite sul territorio e in occasione dell'organizzazione di eventi e alla partecipazione alle fiere.



b. Cartolina promozionale.

Realizzazione e stampa di n. 1.000 copie di cartoline promozionali con l'indicazione del sito web cittaeuropeadelvino2024.eu e il qr code di rimando al sito.



c. Roll up.

PIEMONTE
REGIONE PIEMONTE

ALTO PIEMONTE **GRAN MONFERRATO**

Città europea del vino 2024

European Wine City 2024

ACQUA TERME • BAREGNO • BOCA • BODOGNO • BORGOMANERO
BRINNA • BRINZANO • CAVALE MONFERRATO
CASA MONFALCONE • GATTINARA • GEMME • GRONASCO
MAGGIORA • MONTEBELLUNA • OULZA • SERRAVALLE
SILVANO • SURI • VIGEVANO • VIGEVANO • VIGEVANO

PIEMONTE
REGIONE PIEMONTE

ALTO PIEMONTE **GRAN MONFERRATO**

Città europea del vino 2024

European Wine City 2024

ACQUA TERME • BAREGNO • BOCA • BODOGNO • BORGOMANERO
BRINNA • BRINZANO • CAVALE MONFERRATO
CASA MONFALCONE • GATTINARA • GEMME • GRONASCO
MAGGIORA • MONTEBELLUNA • OULZA • SERRAVALLE
SILVANO • SURI • VIGEVANO • VIGEVANO • VIGEVANO

C. Attività di comunicazione.

Per garantire visibilità agli eventi di apertura e di chiusura del progetto, si è deciso di attivare un servizio di ufficio stampa dedicato per il periodo tra Febbraio e Novembre 2024. Le attività richieste in fase di trattativa risultano essere:

- n°1 uscita di ½ pagina nelle edizioni locali dei quotidiani: Repubblica, Corriere di Torino, Il Giornale;
- redazione e diffusione di n° 2 comunicati stampa;
- gestione inviti giornalisti per interviste con referenti istituzionali del progetto;
- attività di rassegna stampa realizzata con continuità durante il periodo di collaborazione.

Il lavoro si è sviluppato come indicato a seguire.

Fase preliminare | Febbraio 2024

- Organizzazione di n. 4 incontri per definizione dei contenuti e del calendario dei momenti di comunicazione;
- elaborazione della mailing list dei giornalisti della stampa regionale con particolare focus su Ovada, Alessandria, Monferrato, redazioni Repubblica e Corriere della Sera Torino (circa 40 giornalisti di 30 testate) ed elaborazione della mailing list della stampa di settore;
- contatti con le reti commerciali delle testate selezionate per richieste di preventivo e prenotazioni delle uscite come da richiesta. Questa attività ha comportato la possibilità di ottenere un'uscita di 1 pagina intera su Repubblica, anziché la mezza prevista;
- contatto e gestione dell'uscita dell'advertising su La Stampa, attività extra budget, in quanto non previsto in fase di gara, ma richiesto successivamente dalla Regione Piemonte.

263

Fase operativa | Febbraio – Marzo 2024

- Elaborazione di n. 2 comunicati stampa, uno per i media locali e uno per quelli nazionali, per presentare il progetto e il programma delle iniziative;
- invio invito e comunicati stampa ai giornalisti in data 26 febbraio per gli eventi di apertura del 1° e del 2 marzo;
- secondo rilancio dei comunicati stampa;
- presidio delle relazioni con i media in occasione degli eventi di Acqui terme (1° marzo) e Ovada 2 (marzo);

- raccolta delle interviste degli opinion leader presenti agli eventi per invio alla stampa: Assessore regionale al Turismo Vittoria Poggio, Assessore regionale all'Agricoltura e cibo Marco Protopapa, Presidente di Visit Piemonte Giuseppe Carlevaris, Vice Presidente Nazionale Città del Vino Stefano Vercelloni, Presidente del Comitato promotore Mario Arosio e Presidente Nazionale Città del Vino Angelo Radica;
- recall sui giornalisti per la pubblicazione degli articoli e dei servizi, successiva attività di raccolta articoli per la composizione della rassegna stampa (dal 3 all'8 marzo).

Fase operativa | Ottobre 2024 – Novembre 2024

- Organizzazione di n. 2 incontri per definire i contenuti e il calendario momenti di comunicazione;
- Aggiornamento della mailing list dei giornalisti della stampa regionale (circa 35 giornalisti di 30 testate);
- elaborazione di n. 1 comunicato stampa generale di chiusura da inviare sia alla stampa nazionale sia alla stampa locale. Questa attività integra quanto previsto in fase di gara poiché, come sorpa indicato, i comunicati richiesti erano solo due;
- invio del comunicato stampa in data 24 ottobre;
- recall sui giornalisti per la pubblicazione degli articoli e dei servizi, successiva attività di raccolta articoli per la composizione della rassegna stampa (dal 24 al 31 ottobre).

Giornalisti accreditati agli eventi di apertura

- **La Stampa** | Daniele Prato;
- **Il Piccolo** | Alessandro Francini, Edoardo Schettino;
- **Piccolo e Secolo XIX** | Daniela Terragni, Giovanna Galliano;
- **STORIEDICIBO** | Nadia Toppino;
- **NoNewsMagazine.com** | Giuseppe Poidimani;
- **Avvenire** | Vincenzo Girasole;
- **Freelance** | Luciana Rota, Laura Norese.

265

Testate di settore e nazionali

L'agenzia ha utilizzato un database proprio per l'invio dei comunicati.

Elenco testate principali locali

ALESSANDRIANEWS.IT, DIALESSANDRIA.IT, IL PICCOLO Giornale di Alessandria, TELECITY 7 GOLD, ILGOLOSARIO.IT, LA STAMPA, LA STAMPA Alessandria, LA STAMPA Torino, LA VOCE ALESSANDRINA, LAPULCEONLINE.IT, RADIO ALEX, RADIO B.B.S.I., RADIO GOLD, RADIO VERTIGO ONE, IL MONFERRATO, MONFERRATOWEBTV, CASALE NEWS, REPUBBLICA TORINO, CORRIERE DELLA SERA TORINO, RAI PIEMONTE, ANSA PIEMONTE, ADN KRONOS, TORINO OGGI, PIEMONTE TODAY.

D. Percorso di formazione sull'enoturismo.

Per arricchire il progetto Città Europea del Vino, Regione Piemonte ha proposto la realizzazione di un percorso formativo dedicato all'enoturismo in collaborazione con Roberta Garibaldi, professore universitario, grande esperta di promozione dei territori, di turismo enogastronomico e culturale, svolge attività di formazione ed è regista di progetti applicati a livello internazionale.

È stato così organizzato il **corso** di specializzazione **online** in **Management del Turismo Enogastronomico**: un modello formativo avanzato sviluppato da Roberta Garibaldi e dall'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico mirato allo sviluppo di competenze e al miglioramento della propria offerta. Il percorso ha messo a disposizione le più aggiornate conoscenze sul turismo enogastronomico, con dati attuali e

spesso introvabili sul mercato, con un approccio internazionale che nasce da una ventennale esperienza in diversi Paesi del mondo.

Gli obiettivi del corso sono stati:

- aggiornare sulle tendenze del settore, con dati recenti e un approccio internazionale;
- offrire una formazione qualificata e specializzata per gli operatori della filiera agroalimentare e turistica;
- fornire strumenti operativi, pratici e concreti, che permettano alle singole realtà di valorizzare la propria offerta turistica e renderla più attrattiva.

Il corso era rivolto a cantine vinicole, enoteche regionali, cooperative agricole, agenzie turistiche locali, birrifici, professionisti operanti nel settore vitivinicolo operanti nell'area dell'Alto Piemonte Gran Monferrato. I soggetti da coinvolgere sono stati attivati attraverso la collaborazione delle enoteche regionali e delle ATL dei territori coinvolti dal progetto. Sono state inviate delle comunicazioni di presentazione del percorso a cui si richiedeva l'iscrizione. Abbiamo avuto 61 partecipanti.

Il corso è stato **strutturato** in **7 moduli articolati in 35 ore di webinar registrati e disponibile su piattaforma dedicata** secondo il seguente programma:

Modulo	Tema	Docente
Introduzione	Introduzione al corso	
	Le nuove tendenze del turismo enogastronomico	Roberta Garibaldi
Analisi, strategie e posizionamento	L'offerta eno-gastro-turistica	Andrea Pozzi
	Le trasformazioni del mercato del vino e strategie di posizionamento	Sergio Cimino e Jolanda Tinarelli
La costruzione delle esperienze	Il processo di costruzione delle esperienze	
	La prima colazione	Roberta Garibaldi
	Il turismo della birra	
	Turismo enogastronomico e sostenibilità	
	La sostenibilità nel settore turismo	Elena Viani
	L'arte dell'accoglienza in cantina. Strumenti e metodi per sviluppare l'enoturismo	Silvia Ghirelli
	Ospite o cliente? L'arte dell'accoglienza tra ascolto ed osservazione	Stefania Zanuso
	Cibo, turismo e storytelling	Maria Cristina Crucitti
	Food design: come progettare l'esperienza eno-turistica e comunicarla	Nerina Di Nunzio
	Didattica, Agri&Rural Experience e Comunicazione Educativa	Margherita Rizzuto e Giuseppe Orefice
	Le neuroscienze a tavola: i segreti del cervello per avere successo nell'enogastronomia	Vincenzo Russo

Tecnologie	Ideare e realizzare un'esperienza di marketing digitale funzionale e coinvolgente	Pierluigi Fontanesi
	L'intelligenza artificiale e i tool disponibili	Giulia Eremita
La comunicazione e la distribuzione	I tour operator: Costruire percorsi di visita per i vari target	Filippo Magnani
	La costruzione di un prodotto turistico enogastronomico "appetibile" per il web	Stefano Tulli
	Brand strategy, personality and identity nel settore food	Nicoletta Polliotto
Il prezzo	Il prezzo delle esperienze: come strutturare le tariffe per rispondere alle esigenze dei clienti e ottenere i profitti desiderati	Stefano Tulli
La collaborazione: La destinazione e le reti territoriali	Fare rete	Roberta Garibaldi
	Case study: Bergamo città UNESCO per la gastronomia	Alberto Gottardi
	Case study: Valdichiana Living	Bruna Caira
Esperienze dal mondo	Case History: l'olio al tartufo	Denis Ivosevic
	Case History: Il turismo enogastronomico in Grecia	Heidi Lazani

Oltre all'erogazione dei webinar, fruibili in totale autonomia dai partecipanti, sono stati organizzati:

- **una sessione live di lancio del corso**, tenutasi online in data **9 maggio 2024**, che ha visto la partecipazione di n. 29 operatori e durante la quale la **Prof.ssa Roberta Garibaldi** ha introdotto gli **obiettivi** e i **temi del corso** e tenuto la **prima lezione** su **Enoturismo e Italiani ed Enogastronomia**. L'incontro ha costituito un **importante momento di avvio**, conoscenza, scambio e condivisione tra i partecipanti;
- **un incontro di co-progettazione territoriale**, tenutosi **in presenza il 28 giugno 2024 a Ovada**, presso la sede dell'**Enoteca Regionale**, durante il quale il **Prof. Stefano Tulli** ha presentato una **panoramica dettagliata sul mondo dell'enoturismo**, con particolare attenzione agli aspetti operativi e pratici che caratterizzano la quotidianità di cantine e operatori enoturistici. L'incontro ha offerto uno spaccato approfondito delle dinamiche che attualmente governano questo settore in continua evoluzione.

Nella **fase introduttiva**, sono stati esaminati i **trend e i dati** più significativi del **panorama esperienziale** del 2024, evidenziando come l'interesse per questa tipologia di turismo continui a crescere in maniera esponenziale. In questo contesto, il settore enogastronomico si è affermato come un elemento imprescindibile, grazie alla sua capacità di offrire esperienze trasversali e di forte appeal per i viaggiatori. Infatti, è stato evidenziato come la scelta delle destinazioni turistiche sia sempre più spesso subordinata all'individuazione delle esperienze proposte, rendendo cruciale per gli operatori del settore l'adattamento costante dell'offerta alle mutevoli esigenze della domanda. Proprio in virtù di queste nuove tendenze, è emersa con forza l'importanza di **promuovere** non solo singole realtà, ma **un intero territorio in modo coeso e coordinato**. Sono stati citati alcuni esempi di wine destination, come il Regno Unito, che stanno investendo in una programmazione di medio-lungo periodo, al fine di valorizzare al meglio l'offerta turistica enogastronomica.

È stato inoltre toccato il tema della **varietà dell'offerta esperienziale**, sottolineando l'esigenza di proporre **soluzioni diversificate** per rispondere alle aspettative di un pubblico sempre più eterogeneo e dinamico.

Un altro focus dell'intervento ha riguardato l'**offerta enoturistica** e la necessità di renderla **appetibile** non solo sotto il **profilo enogastronomico**, ma anche **turistico**. Ciò implica una maggiore attenzione alle attuali esigenze di vendita, sia online sia offline.

Tra le buone pratiche suggerite, si è parlato della **flessibilità nell'accoglienza**, con la capacità di gestire anche piccoli gruppi di visitatori, dell'importanza di essere operativi durante i giorni festivi, e dell'adeguamento delle tariffe in linea con l'evoluzione del mercato vinicolo, tenendo conto dei distributori, agenti, rivenditori e dei canali digitali. Un'evoluzione che vede sempre più centrale la figura dell'Hospitality Manager, il professionista che si occupa di coordinare l'accoglienza turistica nelle cantine.

L'intervento si è concluso con un **approfondimento sulle nuove tecnologie** a supporto dell'enoturismo, tra cui i channel manager, i booking engine e l'intelligenza artificiale. Questi **strumenti** stanno diventando **essenziali** per migliorare la **gestione delle prenotazioni** e **ottimizzare l'esperienza** dei visitatori.

L'incontro si è chiuso con un'interessante sessione di **domande e risposte**, durante la quale i partecipanti hanno dimostrato grande interesse, ponendo quesiti su **aspetti pratici e operativi** legati all'enoturismo in ottica lavorativa.



Al fine di **monitorare lo stato di avanzamento dei partecipanti nella fruizione dei contenuti**, è stato fornito un aggiornamento al 30/05/2024, al 10/06/2024 e al 10/09/2024 al fine di **mantenere viva l'attenzione** dei partecipanti, inoltre, sono state **inviato delle comunicazioni** dedicate **nei mesi di luglio, agosto e settembre 2024** invitando gli utenti a scoprire i contenuti dei 7 moduli disponibili. I contenuti del corso sono stati disponibili fino alla fine del mese di ottobre. Sono stati creati due **questionari** per raccogliere i feedback degli utenti:

- un questionario di gradimento da effettuarsi al termine della fruizione dei contenuti per valutare l'esperienza complessiva della partecipazione al corso ed esprimere un giudizio sui contenuti e sui docenti, disponibile su: <https://forms.gle/EHC78RQm6vw1Naer6>;
- un questionario intermedio per valutare le eventuali difficoltà riscontrate nell'avanzamento del corso, disponibile su: <https://forms.gle/CccV7kAAs5pvPiMg7>.

È stata prevista l'elaborazione di un modello di attestato di partecipazione al Corso, inviato tramite e-mail a coloro che hanno superato almeno il 50% della fruizione dei contenuti.

Per l'intera durata della fase progettuale, il personale di Visit Piemonte si è occupato di gestire e di coordinare tutti i fornitori ingaggiati e i vari aspetti necessari all'organizzazione della presenza in loco:

- gestione procedure amministrative, affidamento incarichi e coordinamento fornitori;
- coordinamento realizzazione grafiche evento e logistica;
- presenza di personale in loco per il coordinamento delle attività in occasione degli eventi di apertura, di chiusura e per l'incontro in presenza relativo al corso di formazione;
- relazione finale per illustrare l'andamento dei lavori.

Rassegna stampa disponibile presso gli uffici di Visit Piemonte/Team Marketing.

Di seguito i comunicati stampa dell'evento e un esempio di advertising



ALTO PIEMONTE E GRAN MONFERRATO PER NOVE MESI LA PIU' GRANDE CITTA' EUROPEA DEL VINO

Un viaggio lungo **nove mesi** attraverso **20 città dell'Alto Piemonte e Grande Monferrato** per raccontare ad esperti, wine lovers o semplici appassionati di buon cibo, cultura e benessere, la ricchezza e la varietà dell'offerta enoturistica di questo bellissimo angolo del Piemonte.

Si è inaugurato oggi il grande evento **CITTÀ EUROPEA DEL VINO 2024** che da marzo a novembre di quest'anno trasformerà idealmente l'**Alto Piemonte e il Gran Monferrato** in una macroregione del vino dove, attraverso diversi tipi di esperienze, sarà possibile scoprire le tante e diverse eccellenze di questi territori.

Nello scorso luglio l'Alto Piemonte e il Gran Monferrato è stato insignito da RECEVIN del riconoscimento di **Città Europea del Vino 2024**, il titolo che a rotazione premia le migliori realtà produttrici di un territorio italiano alternandosi con altre città vitivinicole di Portogallo e Spagna.

L'Alto Piemonte e il Gran Monferrato saranno quindi una vetrina tra le grandi aree vitivinicole europee, portando sui territori eventi promozionali, strategie di marketing, studi universitari e collaborazioni internazionali, coinvolgendo consorzi di tutela, Camere di commercio, enti locali, aziende, università, con positive ricadute economiche e turistiche.

Per tutto il 2024 la vera protagonista sarà la parte "off" dedicata a turisti ed enoturisti che prevede ben 40 tra tour, cene, wine days e mostre mercato, 4 eventi musicali, 3 premi letterari e fotografici, 10 momenti formativi e di approfondimento – tra i quali un percorso sull'enoturismo - con Roberta Garibaldi.

Il via a questa grande e lunga kermesse venerdì primo Marzo ad **Acqui Terme** e sabato ad **Ovada e Casale Monferrato** con la riunione plenaria di RECEVIN con gli enti istituzionali, i sindaci e le delegazioni, per la presentazione ai partecipanti del programma degli eventi "Alto Piemonte Gran Monferrato Città Europea del Vino 2024".

Come sottolineano le istituzioni del territorio è un'occasione molto importante per far conoscere e dare risalto ai grandi vini di Alto Piemonte e Gran Monferrato, raccontare la storia dei produttori, la bellezza dei paesaggi sapientemente coltivati accanto a quelli meravigliosamente selvaggi.

La 2023 è un'annata che i tecnici definiscono «**molto buona**» assegnando alle uve una media qualitativa di «otto stelle» su dieci. Il Piemonte si conferma come la **seconda regione a livello nazionale** per impatto di fatturato con un giro d'affari per il comparto vinicolo che cresce a quota **1.362 milioni di euro** (erano 1.235 milioni nel 2022). (fonte: <https://www.vignaioli.it/wp-content/uploads/2024/01/cs-antepima-vendemmia-2023.pdf>)

Stiamo parlando dei grandi **Nebbioli** dell'Alto Piemonte, gli autoctoni **Vespolina** e **Uva Rara**, i tradizionali e sempre più amati rossi dell'Acquese e Casalese: **Barbera**, **Grignolino** e **Dolcetto**; insieme agli aromatici **Brachetto** e **Moscato**. Una ricchissima produzione che beneficia sia dalla complessità geomorfologica che dalla varietà dei suoli. Questa biodiversità straordinaria si rispecchia in produzioni vinicole di alto livello con notevoli punte di diamante.

E dietro questi numeri, un altro fenomeno in crescita: l'enoturismo sul territorio dell'**Alto Piemonte e del Gran Monferrato**. Viaggiatori soprattutto italiani ed europei, sempre più alla ricerca di esperienze enogastronomiche come elemento centrale e non collaterale del viaggio. In tal senso il territorio saprà farsi trovare preparato nel predisporre il corretto storytelling, incentrato su una zona geografica che fa della biodiversità e del rispetto della natura e dello stile di vita rurale il suo principale valore.

«Il percorso che inizia in questi giorni - sottolinea il **Presidente del Comitato promotore, Mario Arosio** - è un risultato straordinario raggiungibile solo grazie alla collaborazione e all'impegno di tutti i soggetti coinvolti in questa incredibile avventura, che hanno saputo esprimere un intelligente senso di partecipazione creando un'occasione storica per far conoscere e dare fama ancora maggiore ai grandi vini di Alto Piemonte e Gran Monferrato».

Una prestigiosa vetrina europea per i nostri vini che compongono un'offerta che non teme paragoni: i grandi Nebbioli dell'Alto Piemonte, gli autoctoni Vespolina e Uva Rara ma anche i tradizionali e sempre più amati rossi dell'Acquese e Casalese, Barbera, Grignolino e Dolcetto, insieme agli aromatici Brachetto e Moscato.

«Un riconoscimento - ha commentato l'**Assessore al Turismo della Regione Piemonte, Vittoria Poggio** - che attesta ancora una volta il primato piemontese in questo settore, che attira migliaia di turisti e investitori. E ne attirerà ancora di più grazie alla programmazione nelle nostre venti città. Un plauso, dunque, agli amministratori locali e al Comitato promotore, che hanno fatto squadra con un programma approvato dalla commissione di Recevin e che mette un ulteriore sigillo sulla qualità del prodotto piemontese e sulla capacità di promuoverlo».

«Il progetto **Città Europea del Vino** - ha rimarcato l'**Assessore all'Agricoltura della Regione Piemonte, Marco Protopapa** - si traduce in una grande occasione di offerta promozionale a livello europeo per tutto il territorio legato ai vini di qualità certificati, che vanno dai grandi Nebbioli dell'Alto Piemonte, Ghemme e Gattinara, ai bianchi dell'Ovadesse e Gavi, ai rossi dell'Acquese e Casalese, Grignolino e Dolcetto, insieme agli Aromatici.

Questo è un punto di partenza per lavorare negli anni successivi ed essere più attrattivi per i visitatori europei... - che potranno fregiarsi del titolo di "Città Europea del Vino", per tutto il 2024.



Alto Piemonte - Gran Monferrato racchiude tante differenti realtà che hanno in comune l'eccellente qualità della produzione vinicola. Oggi, un prezioso riconoscimento internazionale certifica il lavoro di venti comuni piemontesi che, tutti insieme, potranno fregiarsi del titolo assegnato a Bruxelles di **"Città Europea del Vino 2024"**.

Acqui Terme, Barengo, Boca, Bogogno, Borgomanero, Briona, Brusnengo, Casale Monferrato, Fara Novarese, Gattinara, Ghemme, Grignasco, Maggiora, Mezzomerico, Ovada, Romagnano Sesia, Sizzano, Suno, Vigliano Biellese e Villa del Bosco insieme per celebrare i vini e i territori dell'Alto Piemonte - Gran Monferrato con un programma ricco di appuntamenti.

Scopri il programma degli eventi
www.cittaeuropeadelvino2024.eu



VI ASPETTIAMO

vinitaly

PAD 10
AREA REGIONE PIEMONTE
STAND D3/E3/F3/G3/H3

GLI AWARDS DEL GUSTO

Premessa

Gli Oscar del Gusto, che si sono tenuti il 22 aprile al teatro Civico di Tortona, hanno visto sfilare i protagonisti del mondo della cucina e del vino: i 15 Oscar del Gusto italiano corrispondenti alle 15 categorie dalle quali parte il progetto.

Di seguito le categorie premiate:

- Piatto dell'anno;
- Sala dell'anno;
- Abbinamento e pairing;
- Griglia;
- Pizza;
- Gelato;
- Pane;
- Ambasciatore del gusto in Italia;
- Ambasciatore del gusto italiano;
- Contadino;
- Artigiano
- Visionario;
- Visionarie;
- Green;
- Mediterraneo.

Il riconoscimento più tradizionale è quello “al **piatto dell'anno**”.

L’“**ambasciatore del gusto**” è un riconoscimento rivolto ai cuochi e ai titolari di locali che portano ogni giorno in Italia la cultura gastronomica del loro Paese.

Il **contadino e l'artigiano dell'anno** sono due premi che vanno ai produttori di cibo, quelli che permettono a ogni cuoco di far arrivare piatti straordinari sui tavoli, ma anche quelli capaci di rispettare la terra e l'ambiente.

La “**sala dell'anno**” - dedicato a chi ha trasmesso meglio di altri il valore della sala contemporanea.

Il riconoscimento “**abbinamenti e pairing**” sarà dedicato all'ormai vastissima gamma di prodotti liquidi che vengono presi in considerazione grazie a una sala sempre più eclettica e attenta.

Il “**visionario dell’anno**” è dedicato a chi ragiona di futuro della gastronomia, del cibo, del pianeta.

Gli Oscar del Gusto si sono tenuti a Tortona, terra del Derthona, del Timorasso, uno dei luoghi del vino che più ha saputo crescere e conquistare credibilità negli ultimi anni.

I premiati hanno ricevuto una piccola mongolfiera realizzata in ceramica dagli artigiani Besio di Mondovì.

Obiettivi

- Valorizzare le produzioni e i territori coinvolti;
- Valorizzare i protagonisti delle produzioni di cui sopra.

Strategia e attività

L’iniziativa ha permesso un’ incisiva promozione e valorizzazione della produzione enogastronomica locale, della sostenibilità ambientale e dei territori regionali coinvolti attraverso le seguenti azioni.

Attività:

- narrazione editoriale dell’evento con inserti dedicati su riviste specializzate (negli inserti de Il Gusto, uscite sul Piemonte e in Liguria del 25 aprile e sul mensile nazionale de Il Gusto di maggio dedicato al tartufo e ai cibi di lusso);
- logistica dedicata agli ospiti, produzione premi, piattaforma iscrizione del pubblico, segreteria, produzione e somministrazione food, coinvolgimento produttori territorio, gestione regia e, clip e streaming;
- presenza del logo turistico di Regione Piemonte su tutto il materiale promozionale e di comunicazione dell’evento;
- n. 4 pagine adv su la Stampa ed. Alessandria;
- n. 2 pagine adv su la Stampa Nazionale.

Lunedì mattina al Civico l'appuntamento con gli Award dell'hub del gruppo Gedi: chef, sommelier, agricoltori e innovatori della ristorazione

Tortona vola con le "Mongolfiere del Gusto" in arrivo i premi ai protagonisti della cucina

L'EVENTO

LORENZO CRESCI

In fondo, che motivo c'era per istituire un premio, un altro, nel variegato mondo della cucina?

C'è una questione di cultura alla base di questa scelta presa da Il Gusto, l'hub del Gruppo Gedi (La Stampa, Repubblica, Il Secolo XIX e La Provincia Pavese) che si occupa di enogastronomia: questi premi del Gusto vogliono essere un modo per guardare insieme al futuro del cibo, della gastronomia e soprattutto delle persone, capaci di contribuire ogni giorno a tenere accesa la luce della cultura nel mondo della cucina italiana e di tutto l'agroalimentare. Una sfida che unisce gli artigiani, i contadini, i gelatai, i pizzaioli, i camerieri e i cuochi.

Perché Tortona? Perché il cuore della gastronomia italiana batte nella provincia più

bella e profonda. E poi è la terra del Derthona, del Timorasso, uno dei luoghi del vino che più ha saputo crescere e conquistare credibilità. E la terra in cui cucina Anna Ghisolfi, una delle migliori d'Italia, e poi c'è una provincia, quella di Alessandria, che rappresenta un territorio che ha tutta la forza dell'emergente, l'entusiasmo di chi sta crescendo e che ha voglia di raccontarsi.

E Tortona, e il Piemonte, sono un segnale preciso anche perché proprio in questi giorni l'ente regionale ha iniziato il percorso di avvicinamento che fra tredici mesi la porterà a ospitare, per la prima volta in Italia, a Torino, la cerimonia di premiazione della classifica «50th Best Restaurants», il più ambito riconoscimento a livello mondiale. A Tortona, lunedì alle 10 (Teatro Civico, per l'occasione il «Teatro dei Capolavori») passerà allora in rassegna un'Italia apprezzata all'estero, quella più riconoscibile perché diretta, leggera, piacevole e conviviale. La stessa Ita-

lia che noi per primi, spesso, non riconosciamo a sufficienza, ma che Il Gusto vuole celebrare, come ha fatto nelle due edizioni di «C'è + Gusto a Bologna», riconoscendo la libertà di espressione e di consumo necessaria nel mondo della gastronomia, dove comanda il palato e dove le regole sono fatte per essere adeguate alle stagioni, alle regioni e agli ingredienti. L'Italia del Gusto sarà a Tortona: sul palco con il direttore del Gusto Luca Ferrua, il direttore della Stampa Andrea Malaguti e la giornalista e critica gastronomica Eleonora Cozzella e ospiti esponenti della Regione, i quindici premiati scelti tra le sessanta nomination (da Anthony Genovese a Franco Pepe, Massimo Bottura, Cristina Bowerman, Chiara Pavan, e poi Gennaro Esposito, Rossella Cerea, I casari di San Patrignano, Roberto Pintavuro, Luca Giavi, le chef di Altato, Roberta Ceretto, Vasiliki Pierrakea, solo per citarne alcuni), protagonisti della cucina in arrivo da ogni angolo d'Italia.

Le categorie scelte, come detto, rappresentano il meglio della cucina: il «Piatto dell'anno», per il quale sono in lizza nomi del calibro di Riccardo Camanini, Niko Romito, Cristiano Tomei e Mauro Uliassi (in rigoroso ordine alfabetico), l'ambasciatore del gusto e i migliori nel raccontare l'Italia all'estero. E poi, pizza, pane, abbinamento tra vini e cibo, il visionario e la visionaria dell'anno, i gelati, il green, i contadini, gli artigiani, i migliori rappresentanti dell'essere mediterranei, i grigliatori, le sale, sottovalutate ma assai importanti quando si sceglie un ristorante in cui trascorrere ore di piacere.

Ai vincitori andranno le mongolfiere realizzate in ceramica a Mondovì dagli artigiani di Ceramiche Besio 1842. Al pubblico che interverrà (iscrizione su ilgustowards.makeitlive.it) il piacere di aver vissuto una giornata con gli interpreti della cucina da Oscar: l'Oscar del Gusto. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le "Mongolfiere del Gusto" verranno consegnate lunedì a Tortona

“Il Teatro dei Capolavori” celebra le persone che stanno dietro a un piatto

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

179369

A Tortona i premi al Made in Italy fatto di chef e artigiani Oscar del Gusto, sguardo al futuro “Perché la cucina è sfida culturale”

L'EVENTO

«I premi del *Gusto* vogliono essere un modo per guardare insieme al futuro del cibo, della gastronomia e soprattutto delle persone, che tengono accesa la luce della cultura nel mondo della cucina italiana e dell'agroalimentare. Una sfida che unisce gli artigiani, i contadini, i gelatai, i pizzaioli, i camerieri e i cuochi». Così Luca Ferrua, direttore del *Gusto*, l'hub del Gruppo Gedi dedicato al cibo, al vino e al turismo, spiega perché, ieri al teatro Civico di Tortona (Al), sono sfilati uno dopo l'altro gli interpreti del Made in Italy della tavola. Sul palco, dopo gli interventi del direttore della *Stampa* Andrea Malaguti, del governatore Alberto Cirio, del vicepresidente Fabio Carosso e degli assessori Marco Protopapa e Vittoria Poggio e del sindaco di Tortona Federico Chiodi, è toccato a chi ogni giorno vive nei campi, nelle cucine, impasta lieviti, produce vino, spiegare il bello dell'Italia. Quindici categorie, sessanta nomination, due premi speciali, per una mattina da Oscar. Allora, ecco i vincitori: Piatto dell'anno: «Crema catalana di lasagna consalsa di soffritto» di Cristiano Tomei, de «L'Imbutto» di Lucca («Un piatto nato un po' per caso un po' per amore», ha detto il celebre chef); Sala dell'anno: vincitori ex aequo Da Vittorio della famiglia Cerea e Le Calandre della famiglia Alajmo; Abbinamento e pairing: «Il Pagliaccio», dello chef Anthony Genovese. Migliore griglia: ex aequo «Bifrò» di Torino di Roberto Pinatadu e «Gatto Verde» di Modena, di Jessica Rosval; Miglior pizza: Franco Pepe di Caiazzo (Ce); Gelato: gelateria Timballo di Udine; Pane: Forno Brisa di Bologna; Ambasciatore del

gusto in Italia: ex aequo Giulia Liu di «Gong» a Milano e Vasiliki Pierrakea di «Vasiliki kouzina», a Milano; Ambasciatore del gusto italiano: Cristina Bowerman di «Glass Hostaria», a Roma; Contadino: Iva Lavagnini, ottantenne di Rapallo («Ho avuto un dono, quello di imparare, ora voglio raccontare quanto è bello lavorare nei campi e lo dico soprattutto ai bambini»); Artigiano: I Casari di San Patrignano; Visionario: Luca Giavi, direttore del Consorzio del Prosecco doc; Visionarie: Roberta Ceretto; Green: «AlTatto», ovvero le chef del locale milanese, Cinzia De Lauri e Sara Nicolosi; Mediterraneo: Gennaro Esposito, chef di «Torre del Saracino», a Vico Equense. Premi speciali, poi, alla cucina di confine di Antonia Klugmann e al coraggio imprenditoriale di Roberto Brazzale. L. CRE. —

© RIFORNITA EMBERGATA

Mediterraneo
Il riconoscimento
a Gennaro Esposito



La mattina degli Oscar: ecco chi è salito sulla mongolfiera del Gusto

LINK: <https://www.ilsecoloxix.it/il-gusto/dossier/i-capolavori-del-gusto/2024/04/22/news/award-gusto-premi-oscar-chef-tortona-pizza-pane-piemonte-...>



Il giorno degli Oscar: ecco chi è salito sulla mongolfiera del Gusto di Lorenzo Cresci e Lara Loreti Il teatro Civico di Tortona (ph. Daniele Solavaggione) Al teatro Civico di Tortona i premi a chi rappresenta ogni giorno il bello e il buono della cucina italiana: da Gennaro Esposito a Cristina Bowerman, da Antonia Klugmann ad Anthony Genovese e ancora: le famiglie Alajmo e Cerea, Roberta Ceretto, Cristiano Tomei e tante altre sorprese Aggiornato alle Teatro pieno, chef, produttori e imprenditori provenienti da tutta Italia. Tortona e i suoi colli magnifici, patria del Timorasso ma anche di specialità, quali le pesche di Volpedo, le fragole di Tortona, il salame del Giarolo, il formaggio Montebore, il mais ottofile tortonese e il tartufo di San Sebastiano, al centro del mondo enogastronomico per una mattinata all'insegna del Gusto e dei

suoi capolavori. Quindici premi nell'attesissima mattinata degli Awards del Gusto - le mongolfiere di ceramica di Mondovì - assegnati ad altrettanti ambasciatori del buono che con il loro talento e la loro passione interpretano la massima espressione del genio italiano declinato nelle varie sfumature del gusto, dalla pizza all'arte contadina, dalla visione imprenditoriale all'impegno green fino alla passione e alla accoglienza mediterranea. Una kermesse - condotta dal direttore del Gusto Luca Ferrua e dalla nostra giornalista enogastronomica Eleonora Cozzella - in presenza, fra gli altri, delle istituzioni, a partire dal governatore del Piemonte Alberto Cirio all'assessora al turismo e alla cultura Vittoria Poggio, dal vicepresidente Fabio Carosso fino all'assessore all'Agricoltura Marco Protopapa e al dg di **Visit Piemonte**, Giuseppe Carlevaris. A fare gli onori

di casa, fra gli altri, il viticoltore di Tortona Walter Massa e il presidente del consorzio di tutela dei Colli Tortonesi, Giampaolo Repetto. Intervistato dal direttore della Stampa Andrea Malaguti, Cirio ha evidenziato il suo impegno nel settore enogastronomico. E sollecitato da Malaguti, si è detto favorevole all'insegnamento della materia negli istituti: 'Sì all'introduzione del tema cibo nelle scuole - ha detto il presidente del Piemonte - Un tema che ci stata a cuore come pure valorizzare le eccellenze della nostra regione, non a caso ci siamo molto impegnati per ospitare per l'edizione 2025 a Torino i World's 50 Best Restaurant (che quest'anno si svolgerà a giugno a Las Vegas) che sono gli Atp finals del cibo: un obiettivo per cui abbiamo molto lavorato in squadra'. Uno dei leitmotiv sul palco del Teatro civico di Tortona, l'importanza del lavoro dei piccoli imprenditori, quei

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

DOLCISSIMARTE 2024

Premessa

Dopo il successo delle edizioni precedenti, si è replicata la manifestazione dedicata alla pasticceria piemontese.

Dal 9 al 10 novembre 2024 Torino è stata la capitale della pasticceria artigianale di alta qualità con una kermesse che si è proposto la valorizzazione di un segmento eccellente e ancora non pienamente esplorato.

L'obiettivo di **DOLCISSIMArte** è diventare l'evento annuale di riferimento dedicato esclusivamente alla pasticceria, dove le parole d'ordine sono eccellenza ed eleganza. L'organizzazione ha immaginato **un percorso di medio e lungo periodo** che amplia la visione della manifestazione e allarga le maglie dalla pasticceria più antica alle altre specialità dolciarie che portano con sé l'espressione dei **valori culturali ed enogastronomici dei territori piemontesi**.

L'iniziativa punta, da un lato, a sostenere le **imprese storiche**, molte delle quali vantano quattro o cinque generazioni di imprenditori e, dall'altro, a dare voce a **concept nuovi** che innovano costantemente l'arte dolciaria.

279

Con la sua raffinata tradizione e maestria la pasticceria torinese e piemontese rappresenta un'espressione altissima dell'arte dolciaria, fondendo **sapori storici con innovazioni contemporanee**, e regalando delizie uniche e ineguagliabili. Protagonista della manifestazione sarà l'**Associazione di pasticceri**.

Le più note e migliori pasticcerie hanno reso omaggio a Torino e al Piemonte con **creazioni di eccellenza** che fanno parte della storia, della tradizione e del futuro e che accompagnano da sempre i **giorni di festa delle famiglie piemontesi**. Dai pasticcini alle torte, dalle creme ai biscotti, i dolci capolavori sono sempre più **apprezzati anche dai turisti e dai visitatori**, contribuendo così alla narrazione di una regione patria del "saper fare" anche quando si parla di gusto e capacità creativa.

La **seconda edizione del 2024** ha dimostrato l'importanza e il valore dell'iniziativa, riscuotendo un grande successo sia tra gli operatori sia tra i cittadini.

Hanno partecipato alla conferenza stampa **71 pasticcerie torinesi e piemontesi (rispetto alle 60 dell'anno scorso)** e sono stati coinvolti **numerosi prestigiosi negozi del centro** per ospitare i maestri pasticceri nelle loro vetrine, raggiungendo un totale di 55 ore di esibizioni e 3500 degustazioni rivolte al pubblico.

Solo per la conferenza stampa di lancio dell'evento sono state **120 le torte presentate e portate in degustazione** agli **oltre 200 ospiti** invitati, di cui **oltre 50** erano **organi di stampa e content creator**.

Obiettivi

- **Ampliare** il numero dei pasticceri partecipanti e delle iniziative, coinvolgendo professionisti da tutto il Piemonte;
- riproporre gli **appuntamenti** di maggior successo e introdurre nuovi spunti per attirare un pubblico più vasto;
- dare **visibilità** al territorio attraverso la manifestazione.

Strategia e attività

Per far conoscere a tutti la storia della pasticceria piemontese e far assaporare la qualità del prodotto è importante essere consapevoli della grande capacità creativa dei nostri maestri pasticceri, espressione di un saper fare che rende unica la proposta dolciaria dei territori.

Il **6 novembre DOLCISSIMArte** è stata presentata con una **conferenza stampa-evento “L’eleganza pasticceria del Piemonte”** in una sede aulica (il Museo del Risorgimento di Torino). La sala è stata allestita in modo da far vivere a pieno l’emozione del mondo della pasticceria attraverso **l’esposizione delle torte piemontesi** più famose e simboliche del nostro territorio, che attirano da sempre la clientela per la storicità che rappresentano. Tra gli invitati le **istituzioni**, i **giornalisti** di tv, radio, carta stampata e web, gli **operatori del settore**.

280

Le esperienze

Da venerdì 8 a domenica 10 novembre sono state numerose le attività e le iniziative diffuse in città per far assaporare e scoprire la pasticceria artigianale di alta qualità:

1. **Pasticceri in vetrina.** Un tour esperienziale nelle vie del centro della città, che mostra al pubblico la contaminazione tra la pasticceria e gli altri settori del commercio. Un ricco programma di esibizioni (55 ore di esibizione e 3500 degustazioni) hanno preso vita nelle vetrine dei più prestigiosi negozi del centro (abbigliamento, profumerie, arredamento, ecc.). Un altro modo di valorizzare e diffondere la manifestazione.
2. **Pasticcini in carrozza.** A bordo del tram Gourmet, sabato e domenica, due partenze al giorno, una al mattino per la colazione d'autore e una al pomeriggio per la merenda. Un'opportunità per i cittadini e i turisti di assaporare la pasticceria con un buon caffè alla scoperta delle storie e delle curiosità della città.

3. **Colazione d'autore.** Nella splendida cornice del caffè storico Baratti e Milano una dolce esperienza offerta ad ospiti e giornalisti per valorizzare anche la piccola pasticceria piemontese gustata con un buon caffè e/o il tipico Bicerin.
4. Le simpatiche **Apecar brandizzate** DOLCISSIMArte 2024 hanno portato per le vie della città le specialità dolciarie più golose.

La comunicazione

È stata messa in campo un'importante operazione promozionale che ha previsto cartellonistica, look of the city, promozione digitale, ufficio stampa e ogni altra forma utile alla diffusione della manifestazione.

Il materiale promozionale comprenderà anche il merchandising.



Il programma

PASTICCERI IN VETRINA: Passeggiando per il centro, potrai assistere a show pastry esclusivi, ammirando i pasticceri all'opera nelle vetrine e nei negozi della città.

PASTICCINI IN CARROZZA: Vivi un'esperienza golosa a bordo del Tram Gourmet, con degustazioni e raccontitra una tappa e l'altra nel centro di Torino.

DOLCISSIMARTE ON THE ROAD: Le simpatiche Apecar porteranno Dolcissimarte nelle piazze più eleganti della città con le principali informazioni sull'evento.

GALLERIE D'ARTE: Le gallerie di TAG partecipano a Dolcissimarte 2024. Un abbinamento di arti che completano i sensi!

DOLCE GELATO: Scopri le gelaterie dove provare 'marron glacés', il gusto creato dai Maestri gelatieri per Dolcissimarte 2024

Le pasticcerie e le torte presentate nel corso della conferenza stampa

- **TORINO**

Chicchisani	Torta Godò
Fabrizio Racca Dessert	Torta Extra
Pasticceria Al Cit Eredi Dell'Agnese	Torta Mocaccina
Pasticceria Baratti & Milano	Torta Baratti
Pasticceria Bellocchia	Meringata
Pasticceria Capello	Dolce Corona
Pasticceria d'Arrigo	Truffel cake
Pasticceria Dell'Agnese	Torta Maxima
Pasticceria Futura	Torta Zero
Pasticceria Ghigo	Torta Nuvola
Pasticceria Giorcelli	Love
Pasticceria Guardia	Torta Langorina
Pasticceria Il Rugantino	Apricot
Pasticceria Introvaia	Torta Carola
Pasticceria Mazza	Torta Martina
Pasticceria Melillo	Torta Vignaiola
Pasticceria Raimondo	Sant'Honore' "Noisette"
Pasticceria Raspino	Delizia d'autunno
Pasticceria Sabauda	Croccantina Sabauda
Pasticceria Sacco	Torta Delizia
Pasticceria Sida	Torta Lielese
Pasticceria Tamborini	Langarola con gianduia

Pasticceria Uva	Tarte Tropézienne
Pasticceria Venier	Torta Cannolo
Paticceria Orsucci	Torta Emotions
Pfatisch	Torta Assabese
Stratta	Torta Adri
• BARDONECCHIA	
Pasticceria Ugetti	Torta Gaia
• BORGONE DI SUSÀ	
Bar Gelateria Penna	Profumi d'autunno
• BRANDIZZO	
Il bacio di Brandizzo	Il bacio di Brandizzo
• CALUSO	
Bistrot Simeone Caluso	Torta Parigi 2024
• CAMPIGLIONE FENILE	
Pasticceria Re	Incanto Egizio
• CARMAGNOLA	
Pasticceria Molineris Nocciolosa	Croccante
Pasticceria Confetteria Di Claudio	Torta Virginia
• CASELLETTE	
Pasticceria Da Grazia	Torta Geroglifica
• CHIERI	
Dolci & Dolci	Torta Galuciu d'Cher
Pasticceria Artemia	Torta Incontro
• CHIVASSO	
Il Dolce Canavese	Torta Chivassina

Pasticceria Bonfante	Torta Clavasina
Pasticceria Piccoli	Torta con i buchi
• COLLEGNO	
Pasticceria Zuccarello	Bunet 2.0
• CUORGNÈ	
Antica Pasticceria Panbelmonte	Dolce Autunno
• GASSINO	
Chocolat l'Arte del Cioccolato	Torta Flower
• IVREA	
Pasticceria Balla	Torta 900
Pasticceria Eporedia	Dolce Polenta di Ivrea
• LA LOGGIA	
Il Dolcino	Egitto D'oro di Dolcino e Casa Vicina
• PINEROLO	
Il Pasticcere	Torta Zurigo
• RIVOLI	
Pasticceria Moine	Torta Sunday
• SAN BENIGNO CANAVESE	
Maison Marilù	Safari Sabaudo
• SAN GIUSTO CANAVESE	
Pasticceria Cinque sensi	Torta Canavis
• SAN MAURO TORINESE	
Pasticceria Gallizioli	Dolce Vita
• SAN SEBASTIANO DA PO	
Pasticceria Galla di Fabrizio Galla	Torta Foresta Nera
• SAUZE D'OULX	

Pasticceria Gally	Torta Olimpia
• SETTIMO TORINESE	
Elite Bakery and More	Torta sacher
• TROFARELLO	
Pasticceria Scalenghe	Nocciolosa
• VENARIA	
Pasticceria La Baita	Torta Allegra
• VILLARDORA	
Simone Vercellina	Torta Persi Pien
• VINOVO	
Dolcissimo	Torta La Rovere
• VOLPIANO	
Pasticceria Papillon	Torta Volpianina
Pasticceria Zoccola 1820	Hawaiana
Pasticceria Pasquali	Incontro di bacio
Pasticceria Ferrua	Torta Ferrua 1842
• CUNEO	
Pasticceria Spumiglia	Torta Spumiglia
• BARGE	
Pasticceria Luciano	Torta Leonardo
• BRA	
Pasticceria Converso	Torta Gianduja
Giamp Pasticceria	Torta Giuditta
Caffè della Posta	Torta Braidesina
• DRONERO	

Antica Pasticceria

| Torta Delizia d'autunno

- **VERCELLI**

Bislakko Pastry

| Rosso Bosco

- **BORGIO VERCELLI**

Pasticceria l'Onorato Pollo

| Bauletto allo zabajone

- **CIGLIANO**

Pasticceria Lievitando

| Mousse ai due cioccolati

la prima rassegna della pasticceria piemontese

Mercoledì 6 novembre – ore 10.30

Museo Nazionale del Risorgimento italiano

piazza Carlo Alberto 8, Torino

Intervengono:

Luisa Papotti - Presidente del Museo Nazionale del Risorgimento

Maria Luisa Coppa – Presidente Ascom Confcommercio Torino e provincia

Paolo Chiavarino – Assessore al Commercio della Città di Torino

Guido Bolatto - Segretario Generale della Camera di commercio di Torino

Gabriella Aires – Consigliere DMO e presidente Fiavet

Paolo Bongioanni – Assessore al Commercio della Regione Piemonte

Barbara Ronchi della Rocca – scrittrice ed esperta di storia piemontese

Costantino Guardia e Giovanni dell’Agnese – Gruppo Pasticceri Ascom Epat

Modera **Beppe Gandolfo** – corrispondente Mediaset Piemonte e Valle d’Aosta

Segue la presentazione dei pasticceri e delle loro torte, che saranno degustate con i vini del territorio

Rassegna stampa disponibile presso gli uffici di Visit Piemonte/Team Marketing









ATTIVITÀ MARKETING FORESTALE

EVENTI FORMATIVI FORESTE

Premessa

Le foreste sono gli ecosistemi terrestri più ricchi di biodiversità e costituiscono un elemento strategico per la gestione sostenibile del territorio: forniscono legno e altri prodotti e svolgono innumerevoli funzioni ecosistemiche. La Regione Piemonte programma e coordina le attività di pianificazione, sviluppo e gestione volte alla tutela e valorizzazione multifunzionale del patrimonio boschivo, anche tramite la divulgazione e la formazione in campo forestale. La selvicoltura è il punto di incontro tra il bosco e l'uomo: rispettando le norme di tutela ed operando in modo professionale si garantisce la conservazione dell'ecosistema forestale e allo stesso tempo si promuove l'uso del legno, materia prima rinnovabile. La Regione Piemonte ha come obiettivo la realizzazione di iniziative informative sui temi di interesse del comparto forestale piemontese, come ad esempio i progetti finanziati con il Programma di Sviluppo Rurale, le attività previste con la nuova programmazione, le opportunità del mercato dei crediti di carbonio, cambiamenti climatici, imprenditorialità e normativa. A questo proposito, la Regione Piemonte ha richiesto a Visit Piemonte di presentare un progetto esecutivo per l'organizzazione e gestione di eventi informativi e manifestazioni rivolti, a titolo gratuito, a operatori del settore forestale (addetti e tecnici del settore, PMI e altri soggetti pubblici e privati operanti nelle zone rurali) da prevedere sul territorio piemontese.

293

L'organizzazione e segreteria degli incontri è stata sviluppata tramite:

- Riunioni di allineamento con Regione Piemonte - Direzione Ambiente, Energia e Territorio, Settore Foreste – per definire la linea grafica del progetto e la bozza del calendario.
- Presentazione della linea grafica completa: gestionale, inviti, locandine, slide di presentazione, form slide per i relatori, totem, roll up.
- Incontro con le referenti del Settore A2102B - Comunicazione, ufficio stampa, relazioni esterne e URP per il coordinamento del piano social media.
- Contatto con le location e Uncem per verificare le date disponibili e verifica delle tecniche esistenti e da implementare, capienze disponibili.
- Ingaggio dell'allestitore per la fornitura delle tecniche da implementare, assistenza tecnica durante gli incontri, trasporto e posa dei materiali promozionali (totem, roll up e bandiera).
- Presa in carico delle competenze amministrative, ove necessario.

- Preparazione dei materiali e contributi da utilizzare durante gli incontri (programmi, accrediti, slide relatori, totem, bandiera, roll up).
- Continuo confronto con Regione Piemonte per verificare disponibilità dei relatori, annullamento e riprogrammazione degli incontri in base alle esigenze istituzionali.

Segreteria

Gli inviti verificati e concordati con Regione Piemonte sono stati veicolati alla mailing list tramite l'indirizzo mail eventiinformativiforeste@agenziamosaico.it creato per il progetto, indirizzo utile anche alla richiesta di informazioni, reminder etc. Per ogni incontro, tranne per il primo causa mancanza di tempo, gli inviti sono stati programmati 2 volte a distanza di 7 giorni.

	Tema	Città	Data incontro	Data invio
1	Piani forestali di indirizzo territoriale (PFIT): un approccio territoriale alla multifunzionalità del bosco	Torino	21/02/2024	02/02/2024
2	Certificazioni + servizi ecosistemici	Chiusa Pesio (CN)	21/03/2024	04/03/2024
3	Certificazioni + servizi ecosistemici	Domodossola (VB)	26/06/2024	10/06/2024
4	Le varie facce della selvicoltura	Beaulard – Oulx (TO)	28,29,30/6/24	21/3/24 invio del calendario
5	Certificazioni + servizi ecosistemici	Vignole Borbera (AL)	15/07/2024	03/07/2024
6	Certificazioni + servizi ecosistemici	Ivrea (TO)	23/07/2024	05/07/2024
7	La Tartuficoltura in Piemonte. Un patrimonio da gestire	Terra Madre - Torino	30/09/2024	23/9/24 e 25/9/24

8	La Due Diligence	Quarona (VC)	15/10/2024	20/9/24 e 9/10/24
9	La Due Diligence	Ivrea (TO)	24/10/2024	20/9/24 e 9/10/24
10	Incontro informativo bando per la formazione forestale	Moncalieri (TO)	24/10/2024	01/10/2024
11	La Due Diligence	Giaveno (TO)	06/11/2024	20/9/24 e 9/10/24
12	La Tartuficoltura in Piemonte. Un patrimonio da gestire	Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba (CN)	10/11/2024	31/10/2024
13	L'evoluzione delle Indicazioni Metodologiche per la Pianificazione Forestale: le azioni in atto. Piani forestali di indirizzo territoriale (PFIT)	Torino	20/11/2024	15/11/2024

Esempio mail invito

INVITO: 15 Luglio 2024. I nodi del Bosco. Valorizzazione della filiera legno attraverso le certificazioni.

eventiinformativiforeste@agenziamosaico.it
A flavia.massara@agenziamosaico.it

Messaggio inoltrato in data 04/07/2024 16:20.



FEAR (Europa investe nelle zone rurali) PSR 2014-2022, Op. 1.2.1 - Attività dimostrative e informative in campo forestale



Eventi informativi forestali
Ciclo "I Nodi del Bosco. Percorsi di sostenibilità della gestione forestale all'uso del legno"

**Valorizzazione della filiera legno
attraverso le certificazioni**

Salà postfunzionale, Via Roma 14 Vigonza Borbera (AL)

Lunedì 15 luglio 2024, dalle 17:00 alle 19:00

Programma

Ore 16:30 - Accreditamento

- Ivan Baldassarri, Regione Piemonte, Del Regolamento alle certificazioni per un Piemonte sostenibile.
- Corrado Cramosini, DESAFA, Certificazione e sostenibilità del legno e delle biomasse forestali.
- Marco Zanardi, ACCREDIA, Il valore delle certificazioni accreditate.
- Luca Galeazzi, Smelementi Pneu, Le certificazioni forestali negli aspetti pubblici.
- Paola Camerano, Consigliere per la Camera Ambrosiana di PSC Italia e Marco Bonavia, vice presidente PSEFC, Gestione sostenibile per una filiera foresta-legno di qualità.
- Fabio Fracchia, Ordine dei Dottori Agronomi e Forestali (ODAF), L'organizzazione della certificazione. Singole e di Gruppo, esempi e percorsi.
- Impresa della filiera, Esperienze sul campo.
- Domande e conclusioni

*La partecipazione al convegno riconosce ai CPP 3,31 SOAP 14 per la categoria dei Dott. Agronomi e Dott. Forestali/Regolamento per la formazione professionale continua dei dottor agronomi e dei dottor forestali approvato dal Senato del Consiglio n. 162 del 27 aprile 2022

Evento esclusivamente in presenza

L'evento è organizzato dalla Regione Piemonte, in collaborazione con: **Univis Piemonte**, **ODAF**, **Univis e l'Unione Montana Valli Borbera e Spinti**.

Decorrenza entro il 13 luglio

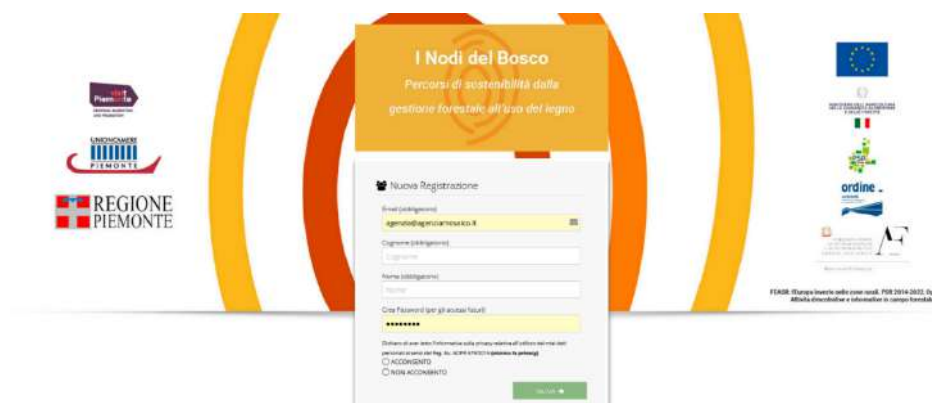
Per la partecipazione è richiesta la registrazione

ISCRIVITI

[Per maggiori informazioni clicca qui!](#)



L'invito rimanda alla piattaforma per la registrazione degli ospiti sul portale creato appositamente con i campi utili all'iscrizione, alla richiesta dei crediti degli Ordini Agronomi e Architetti, successivamente implementati con i campi utili all'inserimento da parte della Regione Piemonte agli aiuti di Stato e gestito in remoto per la verifica quotidiana delle iscrizioni.





I Nodi del Bosco

[Info Registration](#)

[Logout](#)

EVENTI INFORMATIVI FORESTE 2024

Scheda Partecipante

DATI PARTECIPANTE

Mail:

Password:

Cognome:

Nome:

Data di Nascita:

Luogo di Nascita:

Codice Fiscale:

Indirizzo di Residenza:

Cao di Residenza:

Città di Residenza:

Provincia di Residenza:

Professione:

Iscritto Albo Forestale: ☐ SI ☐ NO

Tipologia:

Richiesta Crediti Formativi: ☐ SI ☐ NO

I campi in rosso sono obbligatori

PARTECIPAZIONE EVENTI

- TORINO** - 21/2/2024 Ore 9.30 – 13.30
Piani forestali di indirizzo territoriale (PFIT): un approccio territoriale alla multifunzionalità del bosco
Sala Trasparenza Grattacielo Regione Piemonte – Piazza Piemonte 1, Torino
- Chiusa di Pesio CN** - Giovedì 21/3/2024 Ore 17.00 – 19.30
Valorizzazione della filiera legno attraverso le certificazioni 2014-2020
Parco naturale Marguareis, Via Sant'Anna, 34, 12013 Chiusa di Pesio CN
- Domodossola (VB)** - Mercoledì 25/6/2024 - ore 16.30/19.00
Valorizzazione della filiera del legno attraverso le certificazioni
Sala conferenze Unione Montana, Via Romita 13 bis - Domodossola (VB)
- Oulx (TO)** - Sabato 29 giugno - ore 9.00/12.00
Tour presso le aree boschive interessate dal progetto di prevenzione incendi per le filiere del legno (PREFEU)
Fiera Bostor Boulevard - Oulx (TO)
- Ivrea (TO)** - Martedì 23 luglio 2024 - ore 17.00/19.00 (EVENTO POSTICIPATO)
Valorizzazione della filiera del legno attraverso le certificazioni
Sala Santa Marta Piazza Santa Marta - Ivrea (TO)
[Scarica Programma](#)
VOGLIO: ☐ PARTECIPARE IN PRESENZA ☐ NON PARTECIPO
- Vignole Borbera (AL)** - Lunedì 15/07/2024 - ore 17.00/19.30
Valorizzazione della filiera del legno attraverso le certificazioni
Sala polifunzionale, Via Roma 14 Vignole Borbera (AL)
[Scarica Programma](#)
VOGLIO: ☐ PARTECIPARE IN PRESENZA ☐ NON PARTECIPO
- Alba (CN)** - Domenica 10/11/2024 - ore 16.30/18.30
Valorizzazione della filiera del legno attraverso le certificazioni
Fiera del Tartufo sala Riofio, Cortile della Maddalena - Alba (CN)

Gli incontri sono stati promossi inoltre tramite i canali social istituzionali di Visit Piemonte e di Regione Piemonte, declinati per la pubblicazione su Facebook, Instagram, X, di seguito alcuni esempi:



Per ogni incontro sono stati inseriti/modificati negli inviti e programmi i loghi delle Unioni Montane o Enti ospitanti. Tutti i materiali informativi riportano i loghi e le indicazioni previste dal PSR 2014-2022 Operazione 1.2.1.



All'ingresso e all'interno di ogni location che ha ospitato gli incontri sono stati posizionati i roll up, totem e bandiera per rendere più agevole l'individuazione delle strutture prescelte.



Le hostess all'ingresso degli incontri hanno rilevato le presenze facendo firmare il registro presenze e il registro utile ai crediti erogati dall'Odaf e/o Ordine degli Architetti. A fine di ogni incontro sono state inviate alla Regione Piemonte Direzione Ambiente, Energia e Territorio, Settore Foreste le scansioni dei registri affinché potesse inoltrarli agli ordini professionali e finalizzare le pratiche relative ai crediti formativi



Gli incontri si sono svolti per lo più in presenza, ad eccezione del primo incontro presso la sala Trasparenza della Regione Piemonte in cui è stato attivato il collegamento per seguire in streaming, durante gli altri incontri alcuni relatori si sono collegati da remoto per portare il proprio contributo.

Al termine degli incontri il tempo dedicato alle domande ha dato spunto ad interessanti quesiti e confronti tra il pubblico e i relatori.



Eventi svolti a dicembre 2023

BOSCO LUOGO COMUNE

Il percorso di Regione Piemonte verso la buona informazione ambientale e forestale

L'evento si è svolto lunedì **11 dicembre 2023**, dalle ore 14.00 alle ore 17.00 presso il Salone d'Onore del Circolo dei Lettori di Torino. I partecipanti sono stati 29.

Eventi svolti da gennaio a novembre 2024

	Tema	Città	Struttura	data	orario	n part
1	Piani forestali di indirizzo territoriale (PFIT): un approccio territoriale alla multifunzionalità del bosco	Torino	Sala Trasparenza Regione Piemonte	21/02/2024	ore 9.00/13.30	75
2	Certificazioni + servizi ecosistemici	Chiusa Pesio (CN)	Sala del parco	21/03/2024	ore 16.30/19.00	36
3	Certificazioni + servizi ecosistemici	Domodossola (VB)	Sala conferenze Unione montana	26/06/2024	ore 16.30/19.00	24
4	Le varie facce della selvicoltura	Beaulard – Oulx (TO)	Fiera Boster nord-ovest Incontro di approfondimento sulle attività di pascolo in bosco	28/06/2024	ore 15.30/17.00	18
	Le varie facce della selvicoltura	Beaulard – Oulx (TO)	Visita accompagnata presso le aree boschive	29/06/2024	Ore 9.00/12.00	11
5	Certificazioni + servizi ecosistemici	Vignole Borbera (AL)	Sala Polifunzionale	15/07/2024	ore 16.30/19.00	12
6	Certificazioni + servizi ecosistemici	Ivrea (TO)	Sala Santa Marta	23/07/2024	ore 16.30/19.00	26
7	La Tartuficoltura in Piemonte. Un patrimonio da gestire	TERRAMADRE Salone del Gusto (TO)	Spazio “Noi custodiamo natura”	30/09/2024	ore 11.00/12.30	25
8	La Due Diligence	Quarona (VC)	Sala Sterna	15/10/2024	ore 17.00/19.30	22
9	La Due Diligence	Ivrea (TO)	Polo Formativo Universitario Officina H	24/10/2024	ore 17.00/19.30	41
10	Incontro informativo bando per la formazione forestale	Moncalieri (TO)	Sala Conferenze di Cascina Le Vallere	24/10/2024	ore 17.00/19.30	47
11	La Due Diligence	Giaveno (TO)	Sala Consiliare Villa Favorita	06/11/2024	ore 17.00/19.30	45
12	La Tartuficoltura in Piemonte. Un patrimonio da gestire	Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba (CN)	Sala Riolfo, Cortile della Maddalena	10/11/2024	ore 16.30/18.30	26

14	L'evoluzione delle Indicazioni Metodologiche per la Pianificazione Forestale: le azioni in atto. Piani forestali di indirizzo territoriale (PFIT)	Torino	Sala Trasparenza Regione Piemonte	20/11/2024	ore 9.00/13.30	58
----	--	--------	-----------------------------------	------------	----------------	----

Dettagli eventi:

- **Torino, 11 dicembre 2023:** è stato offerto un coffee break organizzato presso il Circolo dei lettori.
- **Torino, 21 febbraio 2024:** è stato offerto un coffee break organizzato in Sala Trasparenza.
- **Beaulard Oulx, Boster 28,29,30 giugno 2024:**
 - **Sabato 29 giugno dalle ore 09.00 alle ore 12.00:** è stata organizzata e promossa una visita accompagnata presso le aree boschive interessate dal progetto di prevenzione incendi per le filiere del legno: 11 partecipanti.

Note: parallelamente presso la sala convegni della fiera si è tenuto un altro evento organizzato da Regione Piemonte, inoltre le continue precipitazioni piovose e il meteo instabile protratto per molte settimane hanno determinato un numero incerto di preadesioni all'evento.

Regione Piemonte e il Consorzio Forestale Alta Val Susa, che ha collaborato nell'organizzazione e promozione dell'evento, hanno ritenuto di procedere con lo svolgimento della visita guidata accogliendo anche i partecipanti che si sarebbero presentati anche senza preadesioni.

- **Venerdì 28 giugno dalle ore 15.30 alle 17.00.** incontro di approfondimento sulle attività di pascolo in bosco - 18 partecipanti.

Presso lo stand di Regione Piemonte non è stato fatto un registro dei passaggi degli utenti che si sono rivolti per chiedere informazioni o materiale informativo data la caratteristica dell'attività informativa all'interno della fiera. Da valutazioni dei referenti di Regione Piemonte e professionisti forestali presenti per la durata della fiera per animare lo stand, il numero dei passaggi è in linea con le edizioni precedenti.

- **Vignole Borbera, 15 luglio 2024:** considerato l'oneroso e impegnativo lavoro che è stato fatto sia per l'organizzazione sia per la promozione dell'evento, Regione Piemonte ha ritenuto di procedere con

l'incontro previsto per il 15 luglio, nonostante la partecipazione di soli 12 iscritti, considerato anche il format dell'evento in presenza e sul territorio per favorire la partecipazione del target.

- **Ivrea, 23 luglio 2024:** l'incontro era stato programmato, promosso e organizzato per il 3 luglio, a seguito di un numero insufficiente di iscrizioni è stato riprogrammato, nuovamente promosso e riorganizzato in data 23 luglio.
- **Vallere Moncalieri, 24 ottobre 2024:** è stato offerto un coffee break.
- **Incontri Certificazioni:** evidenziamo che per gli incontri dedicati alla Certificazioni sono stati predisposti collegamenti da remoto ad hoc per le sale non attrezzate, per facilitare la presenza dei relatori che hanno manifestato alcune difficoltà a raggiungere i luoghi degli eventi.
- **Torino, 20 novembre 2024:** evento di chiusura al grattacielo Regione Piemonte alla presenza dell'Assessore regionale allo Sviluppo e promozione della montagna, aree interne e Gal, Sistema neve, Tutela delle aree protette, Marco Gallo, e del Direttore regionale all'Ambiente, Energia e Territorio, Angelo Robotto, dove sono state tratte le conclusioni evidenziando i contenuti salienti e l'interesse in crescita da parte degli operatori, certamente uno sforzo che ha dato i suoi frutti sul territorio. È stato offerto un coffee break organizzato in Sala Trasparenza.

AREA MICE E WEDDING

A1) ATTIVITA' MICE

Il settore MICE- Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions - rappresenta un'opportunità per le destinazioni in quanto **genera un turismo di qualità con alta capacità di spesa, pari almeno al doppio di quella dei turisti leisure**, e quindi interessante fonte di reddito per diverse imprese sul territorio. Il **turismo congressuale permette di destagionalizzare i flussi turistici e finanzia anche le industrie più differenti**, stimolando una crescita dell'impiego.

Il Piemonte presenta molte caratteristiche interessanti per questo segmento (location, il mix di strutture per incontri di business unite a enogastronomia di eccellenza, attività outdoor e esperienze esclusive del territorio).

Come avvalorato dagli ultimi dati dell'**OICE - Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi** – sull'attività MICE in Italia nel 2023, si assiste ad una **costante crescita della richiesta**.

È stata infatti registrata, a livello nazionale, una significativa crescita rispetto al 2022 sia nel **numero di eventi ospitati (+12%)** che di **partecipanti (+28%)**, confermando quanto già riportato dalla classifica mondiale di ICCA (International Congress and Convention Association), che ha visto posizionarsi **l'Italia al 1° posto in Europa e al 2° nel mondo per numero di congressi ospitati nel 2023**.

Sempre secondo i dati OICE, il Nord Ovest è la zona d'Italia dove si concentra il maggior numero di eventi (32%), anche in questo caso con una netta crescita (+12.4%) rispetto al 2022.

304

I dati del Focus sulla *Meeting Industry* della nostra regione seguono il trend in crescita nazionale, registrando un totale di 22.778 eventi **(+10,2% sul 2022)** realizzati in Piemonte nel 2023, con 1.753.000 partecipanti **(+27,6% sul 2022)**

Gli obiettivi dell'attività sono:

- **Posizionamento della destinazione Piemonte**, avviato nel marzo 2019, in un panorama nazionale ed internazionale, **valorizzando le sue diverse realtà per le varie tipologie di eventi del settore MICE**
- **Progressivo consolidamento del brand Piemonte sul mercato congressuale** e monitoraggio dell'efficacia delle attività di comunicazione e promozione, volte a incrementare i contatti tra offerta piemontese e domanda nazionale ed estera e accrescere il numero di eventi corporate e congressuali sul territorio regionale. Nel panorama generale dell'offerta congressuale piemontese, si confermano le **3 macro aree di Torino, Distretto dei Laghi, Langhe Monferrato e Roero**, mentre le altre aree regionali si prestano ad accogliere piccoli meeting e incentive.

Coordinamento regionale

Visit Piemonte convoca periodicamente un **tavolo di confronto e aggiornamento** sull'attività congressuale e wedding con i vari referenti MICE di tutte le ATL piemontesi, ed effettua **sopralluoghi tecnici** (nel primo semestre nel Distretto dei Laghi e nel territorio di Langhe Monferrato, nel secondo semestre nel torinese) in collaborazione con l'ATL di competenza, per visitare e conoscere nuove location adatte ad ospitare eventi di

varia natura e/o matrimoni. L'attività permette un continuo aggiornamento sull'offerta del territorio e un arricchimento del nostro database.

Associazioni di settore

Nel 2024 sono state riconfermate le affiliazioni a **Convention Bureau Italia (CBI)** - riconosciuto da Enit come Convention Bureau Nazionale che opera a sostegno della promozione e dello sviluppo di destinazioni e sedi congressuali in tutta Italia - e a **Federcongressi&eventi**, l'associazione che rappresenta a livello nazionale il settore MICE.

Visit Piemonte ha partecipato dal 22 al 24 febbraio alla **XV edizione della Convention nazionale di Federcongressi&eventi**, svoltasi a Roma: in questa occasione Visit Piemonte ha anche partecipato **all'Assemblea dei Soci di Convention Bureau Italia**.

Comunicazione

Nel 2024 sono state realizzate le seguenti attività di comunicazione:

- ✓ Pubblicazione della pagina pubblicitaria e di un redazionale sul numero di maggio/giugno della rivista MEETING&CONGRESSI
- ✓ Pubblicazione footer banner con il link alla pagina web <https://www.visitpiemonte.com/il-tuo-evento-in-piemonte> sulla home page del portale MeetingeCongressi.com nei mesi di aprile/maggio
- ✓ Pubblicazione di un banner pubblicitario inserito sulla testata della newsletter di Meeting e Congressi durante i mesi di novembre e dicembre 2024. Ogni mercoledì, la newsletter raggiunge via e-mail più di 20.000 operatori del settore con tutte le notizie e le novità della settimana.

305



Il team MICE inoltre, in sinergia con il team Comunicazione, ha preparato un **calendario editoriale**, redigendo i testi e scegliendo le immagini per la pubblicazione sui **canali social** di contenuti relativi alle proprie attività.

Fiere internazionali

Anche quest'anno Visit Piemonte è stato presente alle due principali fiere internazionali del settore MICE, dal 13 al 15 maggio ad **IMEX Francoforte** e dal 19 al 21 novembre a **IBTM Barcellona**, con un **desk istituzionale** all'interno dello Stand ITALIA organizzato da ENIT, al quale si è registrato un buon flusso di buyer, media di settore, organizzatori di eventi di settore, per chiedere informazioni generali sull'offerta MICE regionale.

Visit Piemonte ha inoltre coordinato, in entrambe le occasioni, gli allestimenti grafici dell'area dedicata al Piemonte e la presenza delle ATL di Torino, Distretto dei Laghi, Langhe Monferrato e Roero, ognuna delle quali aveva una propria postazione con agenda di incontri prefissati. Il sistema degli appuntamenti non prevede solo B2B prestabiliti, ma anche incontri liberi, generati dal flusso di buyer e operatori all'interno dello stand Italia.

Gli incontri effettuati dalle singole ATL, considerando quelli prefissati da agenda e quelli spontanei per il passaggio degli operatori nazionali e stranieri sono stati di circa di 30 per ogni singola ATL alla Fiera di IMEX e 40 per la Fiera IBTM.

Inoltre, il desk istituzionale di Visit Piemonte è servito anche come punto di informazione per l'evento Italy at Hand programmato a Torino e in Piemonte dal 10 al 13 dicembre 2024. Il progetto è a marchio di Convention Bureau Italia e sponsorizzato da Regione Piemonte e ha l'obiettivo di presentare le eccellenze italiane della Meeting Industry a 80 TOP buyer internazionali altamente profilati.



Workshop nazionali e internazionali

Durante il 2024 Visit Piemonte ha partecipato ai seguenti workshop B2B:

- ✓ **Road Show "Italy at Hand International – Francia": Lione, 23 gennaio**

Il 23 gennaio a Lione si è svolta la **prima tappa del roadshow "Italy at Hand International"**, organizzato da Convention Bureau Italia. Nel corso di un workshop B2B e una serata di networking, finalizzati a dare risalto alla destinazione Italia in tutto il suo splendore, 15 operatori italiani, rappresentanti di hotel & catene

alberghiere, convention bureau, DMO e centri congressi, **hanno incontrato 20 organizzatori di eventi francesi** (agenzie di eventi aziendali, corporate e associazioni).



✓ **Workshop FULL CONTACT Ediman: Bari, 7/9 marzo**

Si è svolto a Bari il **workshop “Full Contact Meeting Planner”** di Ediman, la principale casa editrice del settore MICE nazionale. Circa **70 buyer**, **selezionati tra gli organizzatori di eventi di aziende italiane** medio-grandi, hanno avuto l'opportunità di incontrare fino a **40 supplier**, tra strutture congressuali e destinazioni, in due giorni di appuntamenti one-to-one e momenti conviviali. Visit Piemonte ha realizzato 22 incontri b2b.

307



✓ **Road Show “Italy at Hand International – UK”: Londra, 19 settembre**

Il **19 settembre** Visit Piemonte ha partecipato a **Londra** alla **tappa inglese del road show "Italy at Hand International"**, organizzato da Convention Bureau Italia. Il format, come già avvenuto nella tappa francese, ha previsto un workshop B2B e una serata di networking, con la partecipazione di 15 operatori italiani, rappresentanti di hotel & catene alberghiere, convention bureau, DMO e centri congressi, che hanno incontrato 30 organizzatori di eventi inglesi (agenzie di eventi aziendali, corporate e associazioni).



✓ **BUY MICE Milano – 2 ottobre**

Il 2 ottobre si è svolto a Milano il **workshop BUY MICE** organizzato da Ediman - principale casa editrice della meeting industry italiana - dove **200 meeting e incentive planner milanesi** hanno incontrato espositori di tutta Italia. **Visit Piemonte ha incontrato alla propria postazione 22 buyer** interessati a organizzare eventi in Piemonte, circa la metà dei quali con richieste già concrete che sono state inoltrate ai territori di riferimento.

308

Osservatorio congressuale nazionale e regionale

L'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi – OICE è un progetto di ricerca promosso da Federcongressi&eventi (l'associazione italiana della Meeting Industry) e realizzato dall'Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali – ASERI - dell'Università Cattolica di Milano. Questa ricerca nazionale è stata avviata nel 2015 ed è ritenuta uno strumento indispensabile per fornire informazioni utili alle imprese del settore e alle istituzioni.



Visit Piemonte partecipa ed è **sponsor dell'osservatorio nazionale**, e ha **commissionato** a Federcongressi&eventi la **ricerca** riguardante l'andamento della **meeting industry in Piemonte nel 2023**.

I dati piemontesi, che continuano a registrare un trend in crescita, sono stati presentati a Torino il 10 luglio, in partnership con Turismo Torino e Provincia.

Progetto Formativo Sostenibilità

A giugno ha preso il via la prima parte del **PROGETTO FORMATIVO ESG - Environment Social Governance**, in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e Camera di commercio di Torino, articolato in due cicli di incontri formativi rivolti alle ATL del Piemonte e ai loro partner operanti nel segmento MICE e Destination Wedding.

La prima fase ha previsto un totale di 4 incontri, in parte online e in parte in presenza, tra giugno e luglio 2024; il format della seconda fase ha visto il suo avvio il 5 dicembre 2024 e la conclusione del progetto è fissata per il 20 marzo 2025.

Attività varie (oltre al piano attività ordinario)

Forum Connect

Il team MICE è stato di supporto per l'intero primo trimestre nelle attività preparatorie e di rendicontazione per l'organizzazione del **Forum CONNECT**, l'evento strategico dedicato agli aeroporti internazionali ed alle compagnie aeree voluto dalla Regione Piemonte, **che si è svolto a Torino e in Piemonte dal 7 al 9 febbraio 2024**. Nello specifico il supporto del team MICE è consistito nella gestione degli allotment alberghieri per l'ospitalità delle compagnie aeree, nell'organizzazione della serata inaugurale al Teatro Regio e per il Galà finale alla Citroniera della Reggia di Venaria. Costante la presenza a riunioni e debrief, per aggiornamenti in vista dell'organizzazione dell'evento.

L'impegno dell'area MICE si è inoltre focalizzata sulla **stesura di capitolati di gara** per la definizione dei fornitori, **richieste di preventivi, contrattualistica con gli hotel** per l'ospitalità delle compagnie aeree, **riunioni** di coordinamento **con gli stakeholder e con il team di lavoro dedicato**, interno a Visit Piemonte.

A2) ATTIVITA' WEDDING

Italy for Weddings

La Wedding Industry è un settore in costante crescita in tutta Italia e con numeri di grande interesse: le ultime rilevazioni indicano che oltre 13.600 matrimoni di coppie straniere sono stati celebrati in Italia nel 2023, cioè il +22,3% rispetto al 2022, generando **oltre 2,4 milioni di presenze turistiche** ed un **fatturato stimato di 803 €/mil.** Il **primo osservatorio regionale** realizzato sull'andamento del segmento in Piemonte **nel 2023** rivela che si sono svolti **oltre 900 matrimoni per un fatturato stimato di 61,1 milioni di euro.**

I matrimoni delle coppie di stranieri che hanno scelto il Piemonte hanno generato **oltre 56 mila arrivi e oltre 121 milioni di pernottamenti.**

Un fenomeno che negli ultimi anni ha registrato tassi di crescita sostenuti e ha favorito lo sviluppo di una filiera che coinvolge ormai oltre **1.000 operatori.**

Il progetto per il 2024 darà continuità alle attività intraprese nel corso del 2023, e oltre a **rafforzare la consapevolezza** del valore rappresentato da questo comparto presso le ATL e gli operatori del segmento, prevederà il **consolidamento del prodotto** e la **valorizzazione delle peculiarità** presenti nei diversi territori, oltre agli **incontri** in diverse aree piemontesi **fra wedding planner nazionali/ internazionali e gli operatori del settore.**

E' stata rinnovata l'affiliazione al progetto **"Italy for Weddings"**, avviato nel 2020 da Convention Bureau Italia, che nel primo semestre ha visto l'organizzazione di alcune azioni che hanno riscosso un grande livello di soddisfazione di buyer e ATL.

310

ITALY FOR WEDDINGS – THE EVENT: 6 / 8 febbraio 2024

Visit Piemonte ha partecipato in qualità di espositore al **secondo evento internazionale dedicato esclusivamente al Wedding e al Destination Wedding ospitato a Roma dal 6 all'8 febbraio.**

Organizzato da Italy for Weddings, il workshop ha riunito 50 wedding planner internazionali e italiani specializzati nel lavorare con clientela straniera, 55 supplier provenienti da tutta Italia (destinazioni, catene alberghiere, location), associazioni di settore Wedding e stampa di settore.

Visit Piemonte ha realizzato **23 appuntamenti**, e **2 serate di networking.**

Al termine della manifestazione, Visit Piemonte ha ospitato un gruppo selezionato di **7 buyer provenienti da Italia, Belgio, UK, Germania, India, Qatar, USA per un fam trip di 3 giorni** nei territori di **Torino** e delle Colline UNESCO di **Langhe Monferrato e Roero.**

Gli ospiti erano tutti titolari di agenzie di Destination Wedding.



Italy for Weddings on Tour – 11/12 ottobre

La **prima edizione** dell'evento "**Italy for Weddings on tour**" si è svolta in **Piemonte** nelle giornate dell'11 e 12 ottobre, coinvolgendo i territori di **Torino e Langhe Monferrato Roero**.

L'evento, organizzato da Italy for Weddings con il sostegno di Visit Piemonte, ha previsto la partecipazione di **10 wedding planner nazionali**, che hanno svolto un'attività esperienziale a tema vermouth nella giornata dell'11 ottobre, mentre il giorno seguente hanno preso parte al tour proposto dal Treno Storico "Langhe Monferrato Roero", da Torino a Canelli e ritorno, insieme a 10 operatori regionali e nazionali. Nel corso della giornata i partecipanti hanno avuto modo di entrare in contatto grazie a un workshop B2B a loro dedicato.



Workshop esperienziali – Distretto turistico dei Laghi 14/15 ottobre

Visit Piemonte ha commissionato a Italy for Weddings l'organizzazione di **tre workshop esperienziali** della durata di 2 giorni l'uno, in 3 diverse location in Piemonte, al fine di generare l'interesse verso l'intero territorio. A ogni appuntamento sono infatti invitati a partecipare i rappresentanti di tutte le **ATL piemontesi**, favorendone l'incontro **con 5 wedding planner nazionali** a cui presentare la propria offerta territoriale. Il gruppo di wedding planner sarà ogni volta composto da differenti operatori.

I territori che hanno offerto l'ospitalità dei workshop sono le ATL del Distretto Turistico dei Laghi, che hanno ospitato il primo gruppo di wedding planner e operatori ATL sul Lago Maggiore e Lago d'Orta il 14 e 15 ottobre, Turismo Torino e Provincia e Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, che ospiteranno gli eventi a marzo e aprile 2025.



Eventi B2B internazionali

In un'ottica di sviluppo del progetto di promozione del Piemonte sul mercato del Destination Wedding a livello internazionale, nel 2024 Visit Piemonte ha partecipato per la seconda volta a uno dei principali appuntamenti b2b mondiali del settore:

✓ AMOUR Global Forum: 25-28 aprile, Forte Village (CA)

Amour Global Forum è **considerato l'evento B2B di punta del Destination Wedding**, dal 2017 riunisce i migliori Destination Wedding Planner e celebra il romance travel. L'edizione 2023 ha visto la partecipazione di 110 espositori e 120 buyer di tutto il mondo. Il programma ha previsto, nel corso delle 3 giornate di evento, 3 mattine di business meeting con **45 incontri B2B con i buyer**, 2 pomeriggi di attività di team building e 3 serate di networking in cui tutti i partecipanti sono stati coinvolti.



Attività di comunicazione

Nel 2024 sono state realizzate le seguenti attività di comunicazione e promozione:

✓ Editore Hearst Italia:

Pubblicazione della pagina pubblicitaria sui numeri di settembre e dicembre della rivista **Elle Spose**, con abbinato un inserto territoriale nell'articolo della sezione "viaggi di nozze". Nel mese di settembre è stato pubblicato un articolo sui territori di colline UNESCO e Distretto dei Laghi. Nel mese di dicembre l'articolo pubblicato ha riguardato i territori alpini del cuneese, torinese e Alto Piemonte.

Inoltre, con l'Editore Hearst Italia è stata avviata la programmazione e organizzazione di un **fam trip nazionale** con 7 wedding planner, che verrà ospitato dai territori di ATL del Cuneese e Ente Turismo Langhe Monferrato Roero dal 31 marzo al 1° aprile 2025.



✓ Sposi Magazine

Programmazione di un piano di copertura mediatica VIP che si svilupperà durante tutto il 2025 a partire dal mese di febbraio, includendo:

- pagina ADV e publireddazionale su 1 numero della rivista Sposi Magazine
- nr. 1 redazionale online pubblicato su sposimagazine.it
- Email Marketing 2 volte all'anno
- banner pubblicitario inserito all'interno delle newsletter settimanali per 24 settimane
- 2 IG Reels e nr. 10 IG Stories pubblicati sul profilo Instagram Sposi Magazine
- 1 campagna di sponsorizzazione social (Profilo FB e IG Sposi Magazine)



Workshop ITALY AT HAND

Dopo la vincita della candidatura presentata da Visit Piemonte nel 2023, il 2024 ha visto realizzarsi la fase organizzativa per ospitare la sesta edizione del prestigioso evento *Italy at Hand*, il **progetto di Convention Bureau Italia** che ha l'obiettivo di **presentare le eccellenze italiane della Meeting Industry a TOP buyer internazionali** altamente profilati.



315

Una grande opportunità di visibilità e promozione della destinazione oltre che un importante momento di presentazione strutturata dell'offerta regionale e italiana ad un pubblico internazionale, dove il format dell'evento - che si svolge nell'arco di **quattro giorni/tre notti** – vede conciliare **meeting b2b** fra supplier italiani e buyer internazionali e **attività di team-building/networking**.

La **Regione Piemonte**, tramite Visit Piemonte che fa parte del Comitato Organizzatore Locale, è stata il **partner istituzionale di Italy at Hand**.

Dal **10 al 13 dicembre** l'evento ha portato in Piemonte e Torino **80 buyer provenienti da 21 Paesi**, fra cui USA, Canada e per la prima volta Brasile e Medio Oriente, rappresentanti della meeting industry globale, che hanno incontrato **60 exhibitor** da tutta Italia.

I partecipanti hanno avuto l'opportunità di dialogare in location d'eccezione, come il **Museo Nazionale del Risorgimento** che ha ospitato le sessioni di business meeting, il **Museo Nazionale dell'Automobile** dove si è tenuta la serata d'apertura sponsorizzata da Turismo Torino e Provincia, e la **Reggia di Venaria**, che ha offerto ai partecipanti un'atmosfera di straordinaria eleganza per la cena di gala conclusiva, dove gli ospiti hanno potuto gustare piatti della tradizione piemontese, accompagnati da vini esclusivamente regionali.

Durante la cena si è tenuta la cerimonia per il passaggio di bandiera dal Piemonte al Veneto, che nel 2025 ospiterà la VII edizione di Italy at Hand. **L'assessore Marina Chiarelli ha ufficialmente consegnato il testimone ai rappresentanti della Regione Veneto**.

Quattro giorni di networking caratterizzati da una sintesi ideale tra business e intrattenimento con una serrata agenda di appuntamenti che hanno generato **oltre 2500 incontri B2B** tra buyer internazionali e top supplier italiani, alternati a **site inspection delle principali location per eventi di Torino (divisi nelle 4 categorie di centri congressi, dimore storiche, location moderne e musei).**

Sono state anche organizzate attività ed esperienze interattive per far conoscere alcune delle eccellenze del nostro territorio (caffè, cioccolato, vermouth, arte&cultura).





Trenta buyer hanno poi avuto l'opportunità di visitare la nostra regione dividendosi in 3 post tour ospitati sulle **montagne torinesi**, nel **Distretto dei Laghi** e nelle **colline UNESCO di Langhe, Monferrato e Roero** e nell'**area del Monferrato alessandrino**.

L'intero evento ha goduto di una **copertura mediatica** su canali di comunicazione **italiana ed estera**, grazie al ricco piano di comunicazione condiviso con Convention Bureau Italia, che già da maggio ha avviato una strategia di promozione dell'evento e della destinazione su tutti i suoi canali online e offline.



Si precisa che le modalità di affidamento e di esecuzione di contratti di servizi e forniture, da parte di Visit Piemonte srl, avvengono nel rispetto del decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36, c.d. Codice dei contratti pubblici.

Per quanto riguarda gli affidamenti diretti di importo inferiore a 140.000 euro i meccanismi di selezione degli operatori economici si svolgono secondo i seguenti criteri:

1. Selezione degli operatori economici a cui indirizzare la richiesta di preventivo tramite consultazione di Elenco di Visit Piemonte (albo fornitori) appositamente costituito
2. Selezione degli operatori economici a cui indirizzare la richiesta di preventivo tramite attingimento da Elenco / Albo fornitori di altra Stazione Appaltante / MePA / o simili
3. Pubblicazione di Avviso per la raccolta di manifestazioni di interesse

AREA SPORT

a) Attività

a1) New York: relazioni e asset per la promozione degli eventi sportivi

Visit Piemonte è stato coinvolto in un progetto a New York per promuovere gli eventi sportivi previsti in Piemonte nel 2024, come le ATP Finals, il Giro d'Italia e il Tour de France. L'obiettivo principale è stato utilizzare questi eventi come strumenti di comunicazione per valorizzare il territorio.

La missione a New York è iniziata il 26 gennaio 2024 con un sopralluogo e un incontro con lo staff dell'Osteria Carlina, ristorante di cucina piemontese a Tribeca. L'iniziativa centrale è stata una cena, organizzata il 28 gennaio, che ha coinvolto giornalisti ed esponenti del mondo newyorkese.

Il fine dell'iniziativa è stato quello di coinvolgere i corrispondenti delle testate italiane all'estero, per amplificare l'eco dell'iniziativa in Italia e rafforzare i legami con New York.

La comunicazione dell'evento ha prodotto una notevole copertura mediatica, con articoli di giornale, video interviste e contenuti pubblicati sui social network come Instagram. Questo ha amplificato i contenuti e l'evento, raggiungendo un pubblico più ampio.

319

a2) Supporto Regione Grandi Eventi Sportivi

a2.1 Basket Frecciarossa Final Eight 2024

La Regione Piemonte ha affidato al team sportivo di Visit Piemonte il compito di supportare la gestione delle attività, con l'obiettivo di rafforzare l'identità del territorio attraverso il sostegno a iniziative sportive. Il fine principale è coinvolgere il territorio stesso, incentivando l'organizzazione di grandi eventi sportivi che possano contribuire a promuovere la visibilità del Piemonte a livello nazionale e internazionale.

Per questo, la Regione Piemonte ha selezionato come evento sportivo di rilevanza per la promozione, la comunicazione e l'engagement, la Frecciarossa Final Eight, che per il secondo anno consecutivo si è svolta proprio in Piemonte. Grazie a Piemonte Sport, è stato possibile gestire le attività di intrattenimento, trasformando l'evento in una vera e propria celebrazione dello sport e del territorio. La manifestazione ha visto la partecipazione delle prime otto squadre qualificate al termine del girone di andata del campionato di basket della Serie A, a cui si è aggiunta anche la Coppa Italia della Lega Basket Femminile.

L'Inalpi Arena è stata la sede dello stand brandizzato Piemonte Sport che ha ospitato l'attività prevista per l'evento, sviluppata su tre fasce orarie: prima, dopo e durante l'intervallo delle due partite programmate per ciascuna giornata di campionato. Questo ha permesso a tifosi e appassionati di vivere un'esperienza completa e coinvolgente, arricchita da momenti di intrattenimento che hanno animato la manifestazione.

Per l'occasione, sono stati realizzati gadget brandizzati Piemonte Sport, tra cui yo-yo e phon holder, pensati per offrire un ricordo tangibile dell'evento, rafforzando ulteriormente il legame tra il pubblico e il territorio.

L'attività organizzata durante l'evento ha previsto la creazione di uno spazio dinamico e coinvolgente, dove il pubblico ha potuto vivere esperienze immersive legate al mondo dello sport, sfruttando la tecnologia, in particolare la realtà aumentata. I partecipanti sono stati omaggiati con gadget tematici e ricordi dell'evento, offrendo un'esperienza pensata per intrattenere e coinvolgere i visitatori in modo innovativo. Tra le attività proposte, sono state incluse una breve partita di basket in realtà virtuale e una stimolante esperienza di gaming che metteva alla prova la precisione e l'abilità del visitatore. Queste esperienze sono state arricchite dall'utilizzo di due QR code, posizionati nelle rispettive aree: uno per raccogliere dati di profilazione personale tramite l'iscrizione alla newsletter, e l'altro per incentivare la partecipazione e il supporto alle pagine social di Piemonte Sport. Lo stand era strutturato in due aree principali: una dedicata al desk per la gestione delle informazioni e delle indicazioni, e un'altra destinata all'attività di gaming, in cui i visitatori hanno avuto la possibilità di cimentarsi in una breve partita di basket in realtà virtuale. L'obiettivo era offrire ai partecipanti un'occasione di avvicinamento al mondo dello sport, favorendo l'interazione diretta con il pubblico attraverso un form di profilazione personale, il quale consentiva anche l'iscrizione alla newsletter del sito di Piemonte Sport. Coloro che non potevano compilare il form tramite il proprio smartphone, avevano a disposizione un tablet o un computer all'interno dello stand, gestito dal personale. L'iscrizione al sito era fondamentale non solo per la raccolta dei lead, ma anche per tenere aggiornata l'utenza sulle ultime informazioni e iniziative sportive in programma. La partecipazione a un calendario di attivazioni destinate a tifosi e appassionati aveva lo scopo di promuovere l'energia positiva dell'evento, creando un legame diretto con la comunità e stimolando la crescita delle pagine social attraverso contenuti coinvolgenti e mirati. A supporto dell'attività, un videomaker ha realizzato materiali iconografici e video per documentare l'evento e la disciplina sportiva in modo emozionale e coinvolgente, creando un archivio iconografico che ha arricchito la comunicazione visiva dell'iniziativa. Inoltre, è stata condotta un'analisi sulla ricaduta turistica dell'evento, per comprendere l'impatto dell'iniziativa sul flusso di visitatori e sull'interesse verso il territorio. La promozione dell'evento è stata anche amplificata attraverso una forte attività social, con la pubblicazione di storie e condivisioni, in particolare sui profili Instagram, dove l'interazione con i follower è stata continua, aumentando ulteriormente la visibilità dell'iniziativa e il coinvolgimento del pubblico online.



a3) Supporto e monitoraggio attività con RCS

a3.1 MILANO - TORINO

Visit Piemonte ha supportato il settore sport per attività trasversali per la “Milano – Torino” data 13 marzo 2024:



piemontesport.org



PIEMONTE



È stata redatta la stesura del piano che includeva i contenuti operativi, successivamente inviato in versione definitiva a RCS dopo incontri congiunti per la verifica dei contenuti. Questo processo ha permesso di definire con precisione le azioni da intraprendere e gli obiettivi da raggiungere. Inoltre, è stato fornito a RCS un supporto costante riguardo la realizzazione del materiale pubblicitario, assicurandosi che rispettasse la visual identity di Piemonte Sport, attraverso la creazione di un'ADV mirata e coerente con le linee guida del brand.

Un altro aspetto fondamentale è stato il supporto al settore sport, in cui è stato valutato e verificato il contratto con RCS, assicurandosi che tutte le attività concordate venissero effettivamente realizzate nelle singole competizioni. Questo è stato monitorato attraverso sopralluoghi e verifiche effettuate prima, durante e dopo l'evento, per garantire che gli impegni presi da RCS fossero rispettati. Per esempio, il 13 marzo, durante la tappa d'arrivo a Salassa, è stata fatta una verifica sul posizionamento degli striscioni in TNT brandizzati con il logo Regione, scattando fotografie come documentazione. Un'altra verifica importante è stata effettuata durante la salita di Sanremo, monitorando il corretto posizionamento della visibilità on field, attraverso la raccolta di immagini. Parallelamente, è stata posta grande attenzione sulla gestione delle attività di comunicazione e social. È stato fornito a RCS l'elenco di hashtag e tag relativi alle pagine di Piemonte Sport per stimolare la collaborazione su Instagram e Facebook.

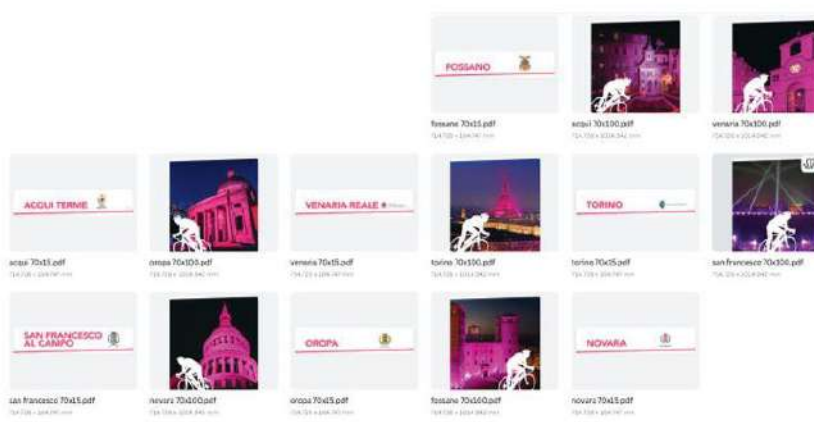


Le attività di comunicazione sono state orientate a realizzare post e storie in collaborazione sui social, assicurandosi che i contenuti fossero in linea con la strategia di promozione e visibilità del brand. I post pubblicati

sui social sono stati taggati con l'hashtag #piemontesport, permettendo di monitorare l'andamento dell'attività sui canali social, in particolare su Instagram (@piemonte_sport). Inoltre, è stata curata la visibilità on field, con un monitoraggio costante dell'esposizione del marchio Regione Piemonte durante l'evento. RCS ha fornito un database fotografico che è stato messo a disposizione della Regione Piemonte per documentare e condividere i momenti salienti dell'evento e rafforzare la visibilità su tutti i canali di comunicazione ufficiali. L'attività di monitoraggio e verifica, unita alla realizzazione di materiale pubblicitario e alla gestione delle comunicazioni social, ha permesso di garantire una presenza coerente e visibile del territorio e degli eventi sportivi, rafforzando il legame tra Piemonte e gli sport di rilevanza nazionale e internazionale.

a3.2 Giro d'Italia

Per la conferenza stampa organizzata dal comune di Venaria in occasione della Grande Partenza del Giro d'Italia, Visit Piemonte e Piemonte Sport Sport in collaborazione con la Regione Piemonte hanno realizzato 7 totem raffiguranti le città di partenza e arrivo. I totem sono stati utilizzati non solo per la conferenza stampa ma sono stati riutilizzati nelle rispettive tappe di arrivo e partenza durante il Giro.



a4) Analisi delle prestazioni- Piemonte Sport.org

Per rendere il portale piemontesport.org sempre più intuitivo, facile da usare, facilmente modificabile e in grado di rispondere efficacemente alle esigenze degli utenti, abbiamo dedicato un'analisi approfondita delle prestazioni del sito web:

1. **Raccolta Dati e Metriche:** Sono stati raccolti dati storici delle prestazioni tramite strumenti come Google Analytics e Google Search Console.
2. **Analisi delle Prestazioni Tecniche:** È stata valutata la velocità di caricamento del sito utilizzando strumenti come PageSpeed e GTmetrix, e sono stati individuati problemi tecnici come errori 404 e immagini troppo pesanti.
3. **Analisi della Struttura del Sito:** È stato esaminato l'aspetto della navigabilità, della struttura delle URL e la compatibilità del sito su diversi dispositivi e browser.
4. **Posizionamento SEO:** È stato analizzato l'ottimizzazione delle keyword e dei contenuti esistenti, individuando nuove parole chiave per migliorare il posizionamento.

In parallelo, per il supporto giuridico della Sport Commission, è stata avviata una collaborazione per gestire le sponsorizzazioni, creare una "piazza virtuale" per la presentazione dei progetti e per realizzare una valutazione interna rigorosa dei progetti presentati. (In appendice documento di dettaglio)

a5) Giro d'Italia

Visit Piemonte ha realizzato il "Progetto di Valorizzazione del Territorio Regionale in Concomitanza con le Grandi Partenze del Tour de France 2024 e del Giro d'Italia 2024" per promuovere l'immagine della regione attraverso prestigiosi eventi ciclistici. L'iniziativa ha incluso la pianificazione e l'implementazione di attività tematiche specifiche per ciascun evento, supportata da un'analisi delle ricadute economiche in collaborazione con istituzioni universitarie.

Piemonte Sport si è impegnato a verificare gli impegni presi da RCS attraverso sopralluoghi e assistenza pre, durante e post evento, concentrando le attività sulla tappa di Torino del 4 maggio 2024, ma con presenza in ogni tappa del giro per tutti i giorni in cui la corsa attraversava il Piemonte.

Le tappe sono state:

- 4 maggio 2024: Venaria- Torino
- 5 maggio 2024: San Francesco al Campo- Oropa
- 6 maggio 2024: Novara – Fossano
- 7 maggio 2024: Aquiterme

324

Grazie ai pass forniti da RCS è stato possibile verificare il posizionamento degli striscioni in TNT brandizzati con il logo della Regione, documentando tutto con fotografie e video.

Piemonte Sport ha coordinato diverse attività per conto della Regione Piemonte, in collaborazione con RCS, gestendo l'organizzazione, il supporto, la comunicazione, il marketing e la distribuzione di gadget per eventi legati al Giro d'Italia e al Tour de France. Il focus principale è stato dare visibilità al marchio regionale attraverso una campagna di comunicazione online e offline, con l'utilizzo di materiale fotografico di RCS e clip promozionali sui canali social di Piemonte Sport e Regione Piemonte. Piemonte Sport ha anche creato pagine dedicate sul proprio portale, promuovendo l'evento sportivo e valorizzando la Regione come destinazione turistica. Inoltre, sono stati organizzati eventi collaterali presso le tappe piemontesi, curando anche la logistica, e realizzati gadget a tema, ponendo particolare attenzione alla sostenibilità. In collaborazione con Visit Piemonte, è stato allestito uno stand al Giroland con totem colorati di rosa, il colore della corsa, raffiguranti monumenti e peculiarità delle località piemontesi. Gli stand, in particolare quello di Torino, hanno posto un'attenzione speciale sulla sostenibilità, offrendo attività interattive come giochi per produrre energia pedalando. Queste iniziative hanno coinvolto il pubblico, creando un'esperienza visiva unica, e sono state accompagnate dalla distribuzione di gadget personalizzati e ghiaccioli rosa al gusto di pesca. Durante la conferenza stampa a Venaria Reale, sono stati presentati 7 totem che rappresentavano le città di partenza e arrivo, riutilizzati successivamente nelle tappe piemontesi del Giro d'Italia. Le attività hanno contribuito a promuovere il territorio, rafforzando l'identità regionale e attirando l'attenzione di un pubblico nazionale e internazionale.

Il portale ha svolto un ruolo cruciale nella promozione e comunicazione del Giro d'Italia e degli eventi collaterali, mantenendo un collegamento diretto con RCS e le pagine ufficiali del Giro. In particolare, la creazione di una pagina di atterraggio si è rivelata essenziale per la condivisione delle informazioni. Sono stati pubblicati alcuni articoli sul sito web, sia prima che durante e dopo l'evento ed è stata svolta un'approfondita campagna social per la promozione dell'evento.

In collaborazione con RCS oltre alla presenza dello spazio dedicato allo stand, Piemonte Sport è riuscito ad ampliarlo rispetto a quanto previsto dagli accordi iniziali, garantendo maggiori dimensioni rispetto a quanto previsto per svolgere nel miglior modo possibile il lavoro. In particolare, Piemonte Sport si è dedicato alla realizzazione dello stand dal 3 al 6 maggio 2024 e all'organizzazione di attività volte a promuovere la sostenibilità. Queste iniziative hanno attirato l'attenzione del pubblico, contribuendo a diffondere messaggi importanti riguardo l'ambiente e la responsabilità legata allo sport cercando di valorizzare al meglio l'opportunità. L'azione pensata per l'occasione si sviluppava in due fasi: una di engagement e una di gadget. Al



termine dell'attività di gaming, che si divideva in "sfida di luci" e "ruota della fortuna", il partecipante veniva omaggiato con gadget brandizzati a ricordo dell'evento; sono stati distribuiti yoyo e phone holder. In aggiunta c'è stata la distribuzione di ghiaccioli rosa al gusto pesca, nata dalla volontà di promuovere la sostenibilità ambientale insieme al benessere degli sportivi. Questi ghiaccioli non erano solo una scelta rinfrescante e gustosa per tutti coloro che li ricevevano, ma anche un'opzione sana e sostenibile, giusta per supportare le esigenze nutrizionali degli atleti.



La presenza di tre diverse tipologie di omaggi ha supportato fortemente sia le attività di engagement precedentemente citate, rendendole più attrattive, sia la crescita della fanbase del profilo Instagram “@piemonte_sport”. La distribuzione dei gadget è stata fortemente influenzata nei primi due giorni di attività dalle condizioni atmosferiche avverse (bassa affluenza di passanti causata dalla pioggia). Infine, alla luce di quanto analizzato, si è registrato un incremento della fanbase della pagina instagram di pertinenza con un aumento dei followers.

326



a6) Tour de France

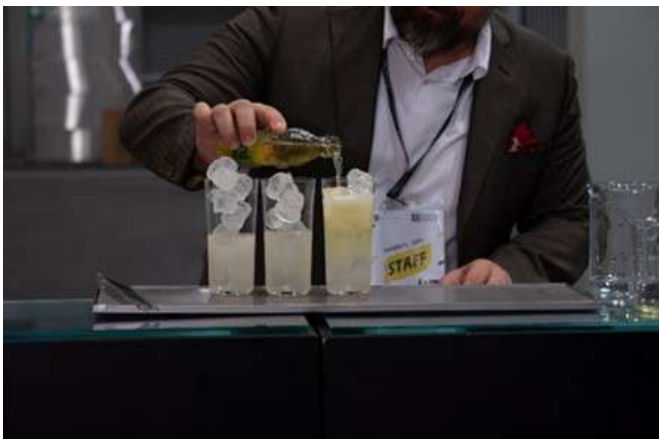
In occasione del Tour de France come prima tranche Piemonte Sport si è occupato di realizzare un backdrop personalizzato e spille brandizzate.

In occasione del Tour de France, Piemonte Sport ha realizzato un backdrop personalizzato e spille brandizzate. Questa prima tranche di materiali promozionali ha contribuito a rafforzare la visibilità dell’evento sportivo tra più seguiti al mondo. Le spille brandizzate, inoltre, hanno funzionato come efficaci strumenti di marketing,

favorendo l'engagement e il riconoscimento del brand tra gli appassionati di ciclismo e i partecipanti gli eventi di promozione collaterali.

Visit Piemonte ha svolto un ruolo fondamentale nel supportare la Regione Piemonte durante tutte le attività legate al Tour de France, garantendo una visibilità ottimale al marchio regionale. Il settore sport si è occupato della segreteria organizzativa per il gruppo di lavoro dei comuni attraversati dalla gara, unificando in un calendario tutti gli eventi programmati lungo le tappe. Questo ha incluso la promozione locale e il coordinamento delle attività ed eventi dei comuni, assicurando una gestione efficiente e integrata delle iniziative. La creazione di un calendario eventi ha coinvolto circa **50 comuni** del territorio, coordinando contatti telefonici e via email che sono avvenuti giornalmente per mesi per garantire una comunicazione efficace. Inoltre, Visit Piemonte ha gestito la distribuzione di materiali promozionali e gadget, curando anche la realizzazione degli stessi. La gestione della distribuzione dei sacchi per la paglia è stata poi di fondamentale importanza per la sicurezza stradale lungo tutti i comuni attraversati durante lo svolgimento dell'evento, sviluppando un piano di distribuzione per i comuni che includeva un piano economico specifico per Torino e la Regione. Ha organizzato e gestito un magazzino presso il Grattacielo, dove si è svolta l'accoglienza dei rappresentanti comunali per la **consegna dei materiali promozionali** e dei sacchi di paglia per la sicurezza stradale. Le attività di comunicazione, a seguito dell'organizzazione calendario, sono state condivise tra i portali LeTourItalia.it, piemontesport.org, visitpiemonte.com e regione.piemonte.it.

Visit Piemonte ha svolto un ruolo centrale nella realizzazione di uno stand brandizzato presso l'Inalpi Arena, situato nel foyer dell'evento, offrendo un punto di riferimento informativo per i partecipanti e per i giornalisti. L'accoglienza degli operatori media è stata curata in ogni dettaglio, con l'obiettivo di garantire una visibilità adeguata alla Regione. L'allestimento dello stand è stato pensato per mettere in risalto le eccellenze del Piemonte in vari settori, tra cui l'enogastronomia, lo sport e la bicicletta, che sono stati protagonisti delle attività previste. Un aspetto fondamentale è stata la selezione dei prodotti tipici per le degustazioni, rappresentando al meglio le tradizioni culinarie locali. Inoltre, è stato distribuito materiale promozionale turistico e sportivo per far conoscere le ricchezze del territorio piemontese, insieme a gadget brandizzati realizzati appositamente per l'occasione. In parallelo, Visit Piemonte ha contribuito alla valorizzazione dei prodotti enogastronomici in occasione del Tour de France, attraverso attività promozionali dedicate, che hanno permesso di sottolineare l'importanza del legame tra sport e gastronomia nella regione. L'organizzazione di eventi istituzionali di accompagnamento al Tour de France, tra cui la gestione di un piazzale hospitality dedicato alla Regione Piemonte, ha permesso di consolidare ulteriormente l'immagine del Piemonte come destinazione turistica e sportiva di eccellenza. Grazie a un'offerta diversificata e coinvolgente, lo stand ha rappresentato un vero e proprio punto di attrazione per tutti coloro che hanno partecipato all'evento, offrendo un'esperienza unica che ha unito tradizione, sport e cultura piemontese.



Visit Piemonte ha curato l'organizzazione di eventi istituzionali di prestigio in accompagnamento al Tour de France, tra cui un intervento al Salone del Libro e una cena di gala esclusiva.



Visit Piemonte ha previsto e curato tutte le attività organizzative e di allestimento necessarie per ciascun evento insieme con la realizzazione di copie pieghevoli di dépliant in occasione del talk dedicato.

Il primo luglio, in occasione del Tour de France, Visit Piemonte si è occupato della realizzazione del banner e del ritiro delle copie dell'edizione torinese de La Stampa dedicate al Tour de France.



Inoltre, Visit Piemonte sotto il cappello di Piemonte Sport ha coordinato il tour del Trofeo, garantendo che ogni dettaglio fosse attentamente pianificato e realizzato.

Piemonte Sport ha gestito il Trofeo Grand Départ con un'attenzione particolare alla logistica, promozione e attività di engagement. La logistica ha incluso l'organizzazione dei trasporti del trofeo tra Piacenza, Torino e la Francia, coprendo i percorsi Piacenza-Torino, Torino-Piacenza, e Torino-Francia, con un servizio di sorveglianza continuo dal mese di maggio a luglio per garantire la sicurezza del trofeo. È stata creata una struttura dedicata per l'allestimento, che comprendeva un piedistallo, una teca, un desk e un totem brandizzato. Le attività di promozione hanno incluso una campagna online e sui social media a livello nazionale, la creazione di una sezione dedicata sul portale, la pubblicazione degli eventi sul sito, e la realizzazione di contenuti visivi come banner, storie e post sui social. È stato anche realizzato un calendario eventi con grafica dedicata. Le attività di engagement si sono svolte in luoghi simbolici come il Grattacielo della Regione Piemonte, la Città di Torino e Palazzo Madama, con l'obiettivo di coinvolgere il pubblico e promuovere il trofeo. L'iniziativa ha invitato i visitatori a scattarsi foto con il trofeo, con attività di profilazione e supporto durante gli scatti.

Le attività si sono svolte dal 17 al 18 giugno e dal 20 al 27 giugno 2024, per promuovere l'evento e favorire la partecipazione del pubblico.

Durante il Tour de France a Torino e Pinerolo, è stata organizzata la distribuzione di gadget in due giornate, il 1 e 2 luglio. Per l'attività sono stati coinvolti otto hostess e steward, quattro per ciascuna città, che hanno operato con biciclette cargo dotate di cassettoni per trasportare i gadget. La distribuzione è avvenuta nell'ultimo tratto del percorso a Torino e durante la fase di partenza a Pinerolo. Un sistema logistico ben organizzato ha incluso un magazzino itinerante con un furgone per il rifornimento continuo dei gadget. Gli animatori, adeguatamente preparati, avevano il compito di coinvolgere il pubblico e distribuire materiale promozionale, tra cui magliette, bandane, braccialetti e sticker. L'iniziativa è stata progettata per offrire un'esperienza coinvolgente e dinamica per i partecipanti all'evento.





Per l'allestimento del Piazzale della Regione Piemonte è stato creato a partire dalla settimana prima dell'arrivo del Tour de France, un ambiente accogliente e visivamente accattivante. Sono state installate bandiere e sagome di biciclette, mentre fiori, tessuti e tulle sono stati utilizzati per aggiungere un tocco decorativo, arricchendo l'atmosfera complessiva dell'evento sia intorno al Toret disposto di fronte al Grattacielo Regione Piemonte, sia lungo tutta Piazza Piemonte.





Inoltre, per garantire la sicurezza nell'area della mongolfiera, è stata pianificata la logistica per l'allestimento delle transenne, con personale dedicato allo spostamento delle stesse. Questo mirava ad assicurare un ambiente controllato e protetto per tutti i partecipanti, contribuendo a un'esperienza sicura e piacevole.

Nell'ambito del Tour de France, Visit Piemonte ha messo in atto un'articolata strategia di comunicazione, pre-evento e durante l'evento, con l'obiettivo di promuovere le iniziative e valorizzare la partecipazione del territorio piemontese. Queste azioni hanno visto l'impiego di diversi canali e strumenti digitali, finalizzati ad accrescere la visibilità dell'evento e coinvolgere un pubblico ampio e mirato.

a7) Rafforzamento del portale piemontesport.org

L'obiettivo principale è migliorare il portale PiemonteSport.org attraverso una serie di iniziative strategiche. Queste comprendono l'arricchimento del patrimonio video-fotografico, la creazione di articoli su eventi sportivi, curiosità e approfondimenti, la rassegna stampa e l'introduzione di una newsletter per informare il pubblico sugli eventi sportivi in Piemonte. In parallelo, sono state lanciate campagne di comunicazione online e offline per aumentare la visibilità delle attività sportive regionali. E' stata potenziata la presenza sui social media (Instagram e Facebook) per migliorare l'interazione con il pubblico e rafforzare il brand PIEMONTE SPORT. Questi sforzi hanno permesso di allineare il portale con il sito Visit Piemonte, creando una comunicazione coerente e un'esperienza utente integrata, migliorando l'accesso alle informazioni sugli eventi e aumentando la visibilità delle attività sportive regionali.

332

Restyling del sito con un nuovo fornitore

Il restyling del sito PiemonteSport.org ha avuto l'obiettivo di migliorare l'estetica, l'usabilità e la funzionalità, affidandosi a un fornitore specializzato in web design. Il processo ha previsto diverse fasi:

- **Analisi delle Esigenze:** Raccolta di feedback dagli utenti e discussione con il team per identificare le necessità.
- **Sviluppo delle Funzionalità:** Introduzione di nuove caratteristiche come la gestione eventi, iscrizioni online, integrazione con i social e analisi delle interazioni degli utenti.
- **Test e Feedback:** Fase di testing con un gruppo selezionato di utenti per raccogliere impressioni e ottimizzare il sito.
- **Formazione e Lancio:** Formazione del team di Piemonte Sport e lancio ufficiale, accompagnato da una campagna comunicativa.

- **Monitoraggio Post-Lancio:** Monitoraggio costante delle performance e dei feedback per ulteriori ottimizzazioni.

Avvio della newsletter sugli eventi in Piemonte

Una parte fondamentale del piano è stata rivolta ad implementare un modulo di iscrizione alla newsletter, facilmente accessibile sul sito e sui social. La newsletter, inviata ogni due settimane, ha fornito un calendario aggiornato degli eventi sportivi in Piemonte, con dettagli su date, luoghi, discipline e modalità di partecipazione. Collaborazioni con organizzatori locali garantiranno l'accuratezza delle informazioni. La newsletter ha incluso anche articoli di approfondimento e contenuti esclusivi, con l'obiettivo di coinvolgere continuamente la community.

Arricchimento del patrimonio video-fotografico

Per documentare adeguatamente gli eventi, Piemonte Sport ha collaborato con fotografi e videomaker locali. E' stato creato un archivio video-fotografico suddiviso per categorie sportive, con gallerie fotografiche e video highlight. Inoltre, sono stati lanciati contest sui social per raccogliere contenuti creati dagli utenti, rafforzando il legame con la community. Regolari video highlight degli eventi principali sono stati pubblicati online, garantendo visibilità e continuando a coinvolgere il pubblico.

Produzione di articoli su eventi sportivi e approfondimenti

E' stata realizzata una produzione continua di contenuti, inclusi articoli su eventi sportivi locali, curiosità, aneddoti e interviste con atleti e personalità del settore. Un calendario editoriale mensile ha garantito una copertura costante degli eventi, con articoli di approfondimento post-evento per mantenere l'interesse anche dopo il termine delle manifestazioni.

Rafforzamento delle attività di rassegna stampa

La rassegna stampa settimanale pubblicata sul sito ha raccolto notizie e aggiornamenti rilevanti sullo sport in Piemonte, in collaborazione con uffici stampa e agenzie locali. Questo ha permesso di tenere informati i lettori sugli eventi e le novità più significative.

Campagna di comunicazione online e offline

La strategia di comunicazione integrata ha visto l'utilizzo di canali online (sito web, social media e newsletter) e offline (stampa, radio, eventi locali). In particolare, sono stati organizzati eventi promozionali, fiere e manifestazioni per ampliare la visibilità del portale e coinvolgere la comunità locale, collaborando con enti organizzatori e partner locali.

Gestione e ottimizzazione delle pagine social (Instagram e Facebook) e brand Piemonte Sport

L'obiettivo è stato quello di incrementare la crescita organica delle pagine social, creando contenuti originali e interagendo attivamente con la community. Sono state trasmesse dirette streaming degli eventi sportivi su

Instagram e Facebook per aumentare l'engagement. Inoltre, sono state lanciate campagne sponsorizzate mirate per:

- Aumentare la visibilità attraverso annunci su Facebook e Instagram.
- Targetizzare gruppi di interesse sportivo specifici del Piemonte.
- Monitorare le performance delle campagne pubblicitarie per ottimizzare i risultati.

Aumentare la visibilità del brand PIEMONTE SPORT

Per aumentare la notorietà del brand, il logo PIEMONTE SPORT è stato utilizzato per sponsorizzare eventi sportivi locali e in partnership con altre organizzazioni. Sono stati creati materiali promozionali (flyer, brochure, gadget) e sviluppati eventi di co-marketing con club sportivi e associazioni. La distribuzione di materiali e merchandising durante gli eventi ha contribuito a costruire un'identità forte per il marchio.

Engagement della community

Saranno avviati contest e iniziative sui social media per favorire l'interazione con la community. Le storie e testimonianze di atleti locali sono state condivise per celebrare i talenti del territorio e rafforzare il senso di appartenenza. Coinvolgere gli atleti nelle campagne promozionali ha contribuito a ispirare e motivare la community, creando contenuti autentici e coinvolgenti.

a8) Supporto Regione per Grandi eventi sportivi

a8.1 World Skate Games 2024

In occasione dei Word Skate Games 2024, Visit Piemonte ha giocato un ruolo cruciale nella gestione e implementazione delle attività legate all'evento, rispettando gli impegni con la Regione Piemonte. Il team sport ha coordinato le operazioni per il desk, inclusi sopralluoghi, formazione dei volontari e presenza quotidiana al desk promozionale. Sono stati redatti articoli e realizzate interviste con i protagonisti storici dell'hockey a Novara per approfondire il tema sportivo, mentre il team di comunicazione ha lavorato a stretto contatto con le ATL per organizzare un press tour mirato a promuovere il contesto turistico della città e dei dintorni.

L'evento, che ha avuto luogo dal 16 al 22 settembre a Novara, ha ospitato il Mondiale di Hockey su Pista, con la partecipazione di 20 nazioni. Le partite si sono svolte in vari impianti, con i principali incontri al Pala Igor. L'affluenza di pubblico ha generato un forte impatto sportivo e sociale, creando un'opportunità per promuovere il territorio piemontese.

Il ruolo di Visit Piemonte è stato fondamentale per la gestione di diverse attività strategiche, tra cui la pianificazione logistica, il coordinamento dei volontari e la gestione della comunicazione. L'evento ha visto la distribuzione di materiali promozionali presso il desk di Visit Piemonte e la presenza di bandiere a goccia brandizzate, oltre a una solida strategia di comunicazione sui social e sul sito ufficiale, supportata da interviste

con figure importanti dell'hockey su pista. È stato organizzato anche un press tour per giornalisti per valorizzare il legame tra sport e turismo.

Il desk promozionale, posizionato al Pala Igor, è stato presidiato quotidianamente, distribuendo materiale informativo in diverse lingue, gadget brandizzati e materiale promozionale sulla Città del Vino, mentre i volontari hanno sensibilizzato il pubblico sugli spalti, distribuendo gadget per promuovere le bellezze della regione. All'ingresso del Pala Igor sono state posizionate delle bandiere a goccia brandizzate per aumentare la visibilità del brand Piemonte Sport, contribuendo a rafforzare l'identità visiva dell'evento. In parallelo, è stata attuata una strategia digitale articolata sui canali social e sul sito di Piemonte Sport, con la creazione di articoli, focus tematici e interviste. Un'attenzione particolare è stata data alla storia e alla tradizione dell'hockey su pista, con approfondimenti che hanno valorizzato il legame tra Novara e questo sport, trattando temi come i grandi campioni dell'hockey, i Mondiali di hockey e il forte legame storico tra Novara e l'hockey su pista. Sul fronte delle attività social, è stata gestita una campagna mirata a coinvolgere il pubblico locale e internazionale, con aggiornamenti in tempo reale delle partite e contenuti multimediali come storie, post, reel e interviste. La campagna ha avuto l'obiettivo di creare un forte coinvolgimento, invitando la cittadinanza a partecipare all'evento dal vivo e coinvolgendo appassionati di hockey tramite contenuti digitali. Questa iniziativa ha contribuito ad aumentare la visibilità di Piemonte Sport, rafforzando l'importanza dell'evento sia nel settore sportivo che turistico, e ha consolidato il legame tra il territorio e lo sport.



a8.2 Atp

Durante le Nitto ATP Finals 2024 a Torino, Visit Piemonte, sotto il cappello di Piemonte Sport, ha supportato la Regione offrendo un'esperienza coinvolgente nel Fan Village con uno stand dedicato. Inoltre, ha contribuito alla creazione e stampa di leaflet esclusivi per l'evento, alla realizzazione di un'edizione speciale del quotidiano Tuttosport per tutti gli otto giorni delle ATP Finals, con approfondimenti tematici sul Piemonte, e alla produzione di una campagna pubblicitaria mirata. Lo stand, in particolare, ha catturato l'attenzione di un pubblico nazionale e internazionale attraverso una serie di attività orchestrate. Oltre a offrire l'opportunità di vivere Il Fan Village ospitando uno stand regionale, diventato un centro nevralgico per attività di animazione e promozione, Visit Piemonte, in collaborazione con Tuttosport, ha prodotto uno speciale quotidiano dedicato al Piemonte, distribuito capillarmente nei luoghi strategici dell'evento, come il Fan Village e Casa Tennis in Piazza Castello. Questa iniziativa ha aumentato la visibilità della regione, sottolineandone l'importanza come destinazione d'eccellenza a livello internazionale. Queste attività sono state fondamentali per rafforzare l'immagine della regione come polo di eccellenza sportiva, utilizzando il logo "Piemonte Sport" come strumento di visibilità e valorizzazione delle iniziative e dei talenti locali ed è stato necessario un lavoro congiunto per garantire il miglior risultato possibile.

La Regione Piemonte ha partecipato alle ATP Finals con uno stand dedicato all'interno del Fan Village, dal 10 al 17 novembre 2024, con il concept "Piemonte Land of Sports". L'allestimento univa sport e paesaggio, evidenziando le bellezze naturali della regione tramite immagini di tennis integrate nei panorami locali. Lo stand, composto da 4 pannelli e un desk con il logo della Regione, ha promosso gli eventi sportivi del Piemonte e lo sport di base, enfatizzando l'importanza di uno stile di vita attivo.

Un photobooth interattivo ha permesso ai visitatori di creare ricordi personalizzati, con foto stampate e inviate via email, e la possibilità di condividerle sui social tramite QR code. L'allestimento ha rappresentato tre ambienti distinti (montagna-sci, colline-bike, laghi-canoa) e un pannello dedicato all'impiantistica sportiva piemontese. Il progetto ha visto la collaborazione tra Visit Piemonte, Regione Piemonte e Pepi, con oltre 50 email per coordinare le grafiche e l'allestimento, rispettando le direttive della Federazione Italiana Tennis.

Gli obiettivi principali dello stand erano: valorizzare lo sport di base, rafforzare l'immagine del Piemonte come destinazione sportiva attraverso il portale piemontesport.org, e aumentare la visibilità nazionale e internazionale della regione, promuovendola come meta turistica per attività sportive e eventi.





L'attività di animazione dello stand delle ATP Finals ha realizzato un photobooth al centro dello spazio espositivo, con il branding Piemonte Sport su tutti i lati. Il photobooth permetteva ai visitatori di scattare foto in stile figurine Panini, con la possibilità di scegliere tra diverse disposizioni orizzontali, verticali o di gruppo. Ogni foto includeva un QR code staccabile che consentiva di scaricare la foto anche in formato digitale. Le immagini sono state stampate sul posto e inviate via email ai partecipanti, rendendo facile la condivisione sui social media. Questo ha portato a un significativo aumento della visibilità online per la Regione Piemonte con un forte incremento delle interazioni sui social regionali e sui siti istituzionali. Ai visitatori sono stati anche offerti due borsoni e due racchette da tennis Head, utilizzati per scattare foto più creative. L'iniziativa ha avuto grande successo, coinvolgendo attivamente il pubblico e contribuendo notevolmente alla promozione della Regione Piemonte e dei suoi eventi sportivi.

In occasione delle ATP Finals 2024, è stato creato un leaflet esclusivo per promuovere il Piemonte come una meta sportiva e turistica di eccellenza. Distribuito al Fan Village delle ATP Finals, il leaflet mirava a connettere lo sport con i paesaggi piemontesi, invitando i visitatori a scoprire le eccellenze sportive e i luoghi iconici della regione per la pratica sportiva e le sue bellezze naturali.

Gli obiettivi principali del leaflet includevano:

- **Valorizzare lo sport di base.**
- **Rafforzare l'immagine del Piemonte come una regione con forte vocazione sportiva**, promuovendo il portale piemontesport.org.
- **Aumentare la visibilità nazionale e internazionale del Piemonte** sia come meta turistica che come destinazione per attività sportive, attirando visitatori interessati a praticare sport o assistere a eventi sportivi.

Il leaflet, realizzato in **due versioni (italiano e inglese)**, è stato indirizzato agli ospiti delle ATP Finals, ai turisti appassionati di tennis e ai cittadini piemontesi. È stato progettato per promuovere le attività sportive locali e

invitare a esplorare le meraviglie della regione, diffondendo il portale piemontesport.org anche durante eventi di grande portata.



Durante le Nitto ATP Finals 2024, è stata messa in atto una campagna di comunicazione strategica in collaborazione con Tuttosport, che ha previsto otto uscite tematiche quotidiane dedicate al Piemonte, pubblicate all'interno di speciali realizzati appositamente per l'evento. La prima uscita ha incluso una versione in inglese, focalizzata sulle bellezze naturali della regione, con particolare attenzione ai laghi, alle montagne, alle colline e alle sue tradizioni enogastronomiche. Ogni edizione dello speciale ha offerto approfondimenti su vari aspetti del territorio piemontese, spaziando dal tennis al ciclismo, dalle montagne alle eccellenze enogastronomiche, il tutto distribuito in formato bilingue per raggiungere un pubblico internazionale e rafforzare l'immagine del Piemonte come una destinazione che fonde sport, cultura e paesaggio.

339

Le copie del giornale sono state distribuite strategicamente sia al Fan Village che presso Casa Tennis, punti nevralgici per il coinvolgimento del pubblico. Questa iniziativa si è integrata perfettamente con le attività social svolte durante l'evento, dove è stata realizzata una forte presenza online, supportata da una grafica accattivante per il catalogo online, inserito nel contesto di NATPF24. Inoltre, un'attività di pubblicità online (ADV) ha amplificato ulteriormente la visibilità del Piemonte, coinvolgendo il pubblico sui social media con contenuti mirati e coinvolgenti, contribuendo a promuovere la regione come meta ideale per il turismo sportivo e culturale.

Sul portale ufficiale, sono stati realizzati anche articoli dedicati, ognuno focalizzato su un tema specifico, che hanno permesso di approfondire le tematiche affrontate su Tuttosport.



a8.3 Supporto attività per eventi: Rugby, Kings League, Vuelta

In occasione di alcuni importanti eventi sportivi, Visit Piemonte e la Regione Piemonte hanno lavorato per garantire una copertura completa e una promozione del territorio attraverso diverse attività. Per il test-match di rugby **"Italia vs All Blacks"** del 23 novembre, è stata assicurata la presenza di un videomaker e un fotografo, con l'obiettivo di documentare l'evento e raccogliere immagini significative. Queste immagini sono state poi utilizzate per arricchire il portale di Piemonte Sport, contribuendo alla creazione di un archivio visivo che racconta l'evoluzione dello sport nella regione, mettendo in risalto la ricchezza sportiva del Piemonte.

Per quanto riguarda la **Kings League**, Piemonte Sport ha curato la realizzazione del logo animato della Regione, progettato seguendo precise indicazioni tecniche. Questo logo è stato utilizzato come banner a bordo campo durante l'evento, contribuendo a valorizzare l'immagine del Piemonte in un contesto sportivo di grande visibilità.

Infine, per la presentazione ufficiale della **Vuelta d'España** a Torino e delle tappe ufficiali della corsa, è stato creato un video promozionale dedicato al Piemonte. Questo materiale visivo ha avuto l'obiettivo di promuovere le bellezze del territorio e consolidare la posizione del Piemonte come destinazione di riferimento per eventi sportivi internazionali. Questi eventi, attraverso la loro copertura visiva e comunicativa, hanno contribuito a rafforzare l'immagine del Piemonte come regione fortemente legata al mondo dello sport e della cultura.

a8.4 Attività propedeutiche alle Universiadi

340

In occasione dei Giochi Olimpici Invernali 2025, Visit Piemonte ha avuto il compito di coordinare e realizzare uno stand brandizzato in Piazza Castello, situato presso l'Ice Cube, punto nevralgico per accogliere il pubblico internazionale. Lo stand, denominato "Piemonte Land of Passion", è stato progettato per diventare un luogo di incontro tra sport, cultura e turismo, con l'idea di creare un'esperienza coinvolgente per tutti i visitatori.

L'obiettivo principale è stato quello di offrire un'atmosfera accogliente e dinamica, in grado di attrarre turisti provenienti da ogni parte del mondo. Lo stand, presidiato da due steward, ha rappresentato una vetrina delle eccellenze del Piemonte, esprimendo al meglio l'identità del territorio. All'interno dell'Ice Cube, il design dello spazio è stato curato per integrare immagini di paesaggi montani, colline, eccellenze enogastronomiche e attività sportive, creando un racconto visivo sulle potenzialità turistiche e sportive del Piemonte.

Una delle esperienze principali che i visitatori hanno potuto vivere è stato il photo-sharing. Grazie a un'area dedicata, i partecipanti hanno scattato foto personalizzate, trasformate in figurine da portare a casa come ricordo dei Giochi. In aggiunta, è stata prevista la possibilità esclusiva di scattare una foto con la fiaccola olimpica, simbolo di unione e passione per lo sport, creando così un momento di grande emozione. Ogni scatto è stato immediatamente stampato e inviato via email, con un codice QR personalizzato che ha consentito ai visitatori di condividerlo sui social media, contribuendo a una diffusione virale e alla visibilità dell'evento.

L'intenzione dell'iniziativa è stata quella di coinvolgere non solo presso lo stand di Piazza Castello, ma anche in altre aree del Piemonte, dove sono stati distribuiti materiali informativi e gadget. Tra questi, i visitatori hanno ricevuto oggetti esclusivi come yoyo, cordini, matite personalizzate e supporti per telefono, con lo scopo di

rafforzare l'identità del Piemonte come destinazione di turismo sportivo, generando un forte impatto anche sui canali digitali.

L'idea è stata, inoltre, quella di progettare una campagna social volta all'evento per incrementare il traffico online e per dare risonanza internazionale all'iniziativa. Questo approccio strategico permetterà di far conoscere il Piemonte a livello globale, mettendo in luce le peculiarità turistiche, culturali e sportive della regione, e contribuendo a consolidare la sua immagine come destinazione d'eccellenza per il turismo sportivo.

b) Appendice

b1) NEW YORK: RELAZIONI E ASSET PER LA PROMOZIONE DEGLI EVENTI SPORTIVI

RASSEGNA STAMPA NEW YORK





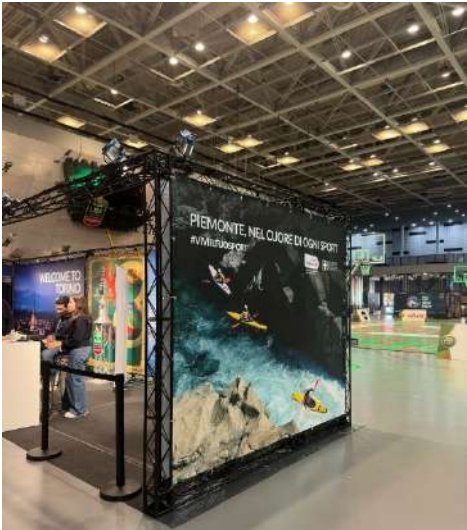
FOTO



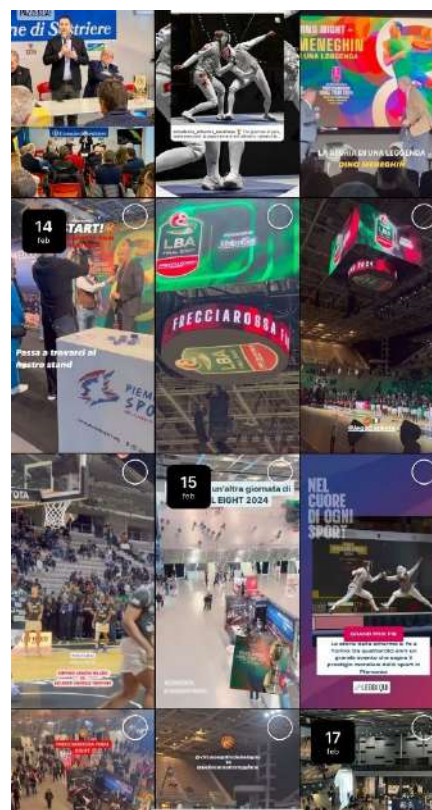
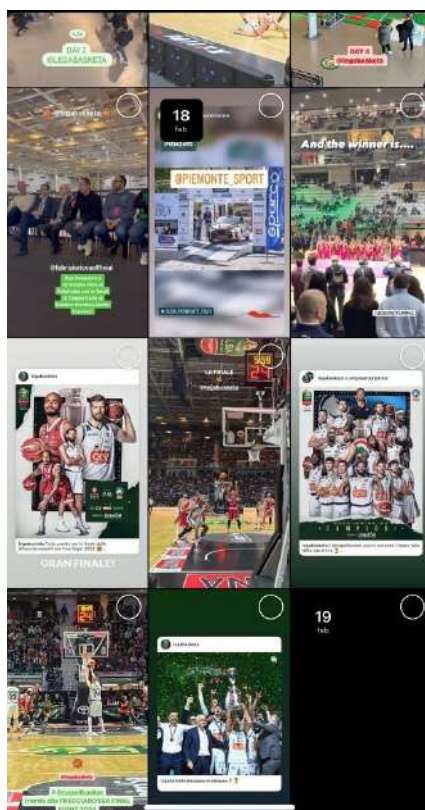
VIDEO INTERVISTE

b2) FINAL EIGHT BASKET 2024

STAND



SOCIAL



b3) GIRO D'ITALIA

PIANO DI COMUNICAZIONE

➤ EVENTO DI PRESENTAZIONE DELLA GRANDE PARTENZA

- Una giornata dedicata al lancio della Grande Partenza (9 ottobre 2023)
- Diffusione del comunicato stampa alla mailing list internazionale del Giro d'Italia

➤ EVENTO DI PRESENTAZIONE PERCORSO GIRO D'ITALIA 2024

- Momento dedicato alla Grande Partenza il 13 ottobre 2023 a Trento all'interno del Festival dello Sport, all'interno della scaletta dell'evento live con speech Presidente Regione e proiezione video di carattere turistico (materiale a cura della Regione)

➤ INIZIATIVE COLLATERALI

○ GIRO D'ITALIA RIDE GREEN

- Un'iniziativa nata nel 2016 per ridurre gli effetti del passaggio della Corsa Rosa sul territorio, attraverso la corretta gestione dei flussi dei rifiuti prodotti e ricorrendo a un sistema di

tracciabilità. Con l'ausilio di oltre 200 volontari e di numerose aziende locali, coordinate anche dalla cooperativa E.R.I.C.A., i rifiuti prodotti nelle varie località toccate dalla manifestazione sportiva vengono raccolti in apposite isole ecologiche posizionate nei punti strategici di ogni tappa, e successivamente avviati al riciclo per essere trasformati in materia prima seconda ed essere rimessi nel ciclo produttivo. Nel 2023 Oltre 75 mila chilogrammi totali di materiali, l'83% è stato selezionato, separato e avviato al riciclo. Un risultato significativo, in linea con il trend degli ultimi anni.

RCS collaborerà con Regione Piemonte e Visit Piemonte per rispettare i CAM contenuti nell'apposita relazione.

- GIRO E

- Il Giro-E è una e-bike experience unica nel suo genere a livello mondiale, che si svolge nei giorni e sulle strade del Giro d'Italia. Organizzata da RCS Sport, è inserita come evento cicloturistico nel calendario della Federazione Ciclistica Italiana e la prima edizione risale al 2019. Grazie all'utilizzo delle e-bike, che consentono a ciclisti normalmente allenati di affrontare le salite di solito riservate ai campioni, l'evento fa vivere a tutti gli amanti della bicicletta l'esperienza della Corsa Rosa, di cui ricalca il percorso; a cambiare sono unicamente le località di partenza, oltre che il chilometraggio della tappa, che è minore.
- Il Giro E prevede un villaggio di partenza con strutture simili a quelle del Giro d'Italia professionisti dove verranno effettuate le operazioni preliminari alla partenza degli atleti.

- CAROVANA

- La carovana è il progetto che coinvolge il territorio nelle ore precedenti al passaggio del Giro.
- Colore, divertimento, gioia e coinvolgimento: il serpente della Carovana pubblicitaria abbraccia e stupisce il pubblico del ciclismo portando la festa lungo tutto il percorso. Una sfilata di mezzi divertenti e scenografici che attraversano tutta l'Italia anticipando la gara con musica e giochi.

- CERIMONIA DI APERTURA

- Il 2 maggio 2024 dalle 20.30 alle 22.00 all'interno del Castello del Valentino si svolgerà la Cerimonia di Apertura del 107° Giro d'Italia. Un grande show in cui verranno presentate le 22 squadre e i 176 corridori al via.

➤ **PIATTAFORMA DIGITAL GIRO D'ITALIA**

- Piano editoriale dedicato alla Grande Partenza che prevede i seguenti contenuti:
 - 1 contenuto tecnico (video o statico) dedicato ai percorsi delle tappe
 - 1 Video turistico (materiale a cura della Regione)
 - 1 Fotogallery Il Giro d'Italia in quel territorio

- Per ciascuna città di tappa (partenza/arrivo)

✓ SITO GIRODITALIA

- Pubblicazione, entro l'inizio del Giro d'Italia, di una Pagina dedicata alla Città di Tappa all'interno della sezione Percorso, raggiungibile sia da menù header/footer (in ITA, EN, ES, FR) che presenta:
 - Header con immagine iconica della città
 - Descrizione della città con le seguenti aree tematiche: panoramica, gastronomia e bevande tipiche, punti di interesse,
 - Fotogallery con max 5 foto per area tematica
- Pubblicazione di una news dedicata ciascuna giornata di tappa piemontese

✓ SOCIAL GIRODITALIA

- 1 contenuto foto per ciascuna città dedicato all'interno del post fotogallery pubblicato in occasione dell'iniziativa Italia in Rosa a 100 gg dall'inizio del Giro su facebook e instagram (illuminazione e materiale foto a cura della città di tappa)
- Presenza all'interno della pagina ADV dedicata all'evento Italia in Rosa pubblicata su La Gazzetta dello Sport e Corriere della Sera (ringraziamento alle città di tappa con tutte le foto ricevute)
- 1 contenuto video per ciascuna città con video percorso singolo (20-30") da pubblicare su facebook, twitter e instagram
- Sui contenuti paesaggistici inseriamo il tag e Visit Piemonte, PiemonteSport e Piemonte Official

✓ INIZIATIVE COLLATERALI

- Partecipazione al progetto di edutainment Biciscuola per le scuole della città di tappa prima e durante il Giro
- Partecipazione al progetto di raccolta differenziata Ride Green durante il Giro e per le città di tappa più virtuose possibilità di partecipare ai Ride Green Awards al termine del Giro

➤ **Prodotti Editoriali**

- ✓ Saranno inserite sezioni dedicate alla promozione territoriale sui principali prodotti editoriali dedicati al Giro d'Italia 2024
 - Garibaldi: La guida tecnica del Giro d'Italia con i dettagli tecnici e sportivi distribuita a tutti gli addetti ai lavori

- TV Roadbook: La guida turistica del Giro d'Italia con le informazioni sui territori attraversati distribuita a tutti i commentatori TV e giornalisti italiani e stranieri

✓ Una pagina ADV della Regione Piemonte con creatività a cura della Regione sarà inserita su:

- Garibaldi
- Tv Roadbook

I loghi riportati sulla pagina adv saranno quelli di Piemonte Sport e Visit Piemonte

➤ **VISIBILITA' IN FIELD nelle tappe Piemontesi**

- Logo di Piemonte Sport e Piemonte Turismo su striscioni in occasione della Presentazione delle Squadre
- Logo di Piemonte Sport e Piemonte Turismo (o altro logo istituzionale comunicato) su striscioni lungo il percorso
- Logo di Piemonte Sport e Piemonte Turismo (o altro logo istituzionale comunicato) sul podio firma (in partenza)
- Logo di Piemonte Sport e Piemonte Turismo (o altro logo istituzionale comunicato) sul podio premiazioni (in arrivo)
- Logo di Piemonte Sport e Piemonte Turismo (o altro logo istituzionale comunicato) sull'arco di arrivo
- Villaggio di Partenza: in ciascuna partenza Piemontese, RCS Sport fornirà a Regione Piemonte uno stand 4x4 m con dehors + desk e sedie per le proprie attività di promozione istituzionale. Lo stand avrà una personalizzazione Giro d'Italia, eventuali allestimenti aggiuntivi sono a carico di Regione Piemonte.
- GiroLand: RCS Sport consentirà a Regione Piemonte e/o alle ATL di riferimento il posizionamento di uno stand per la promozione istituzionale.
- GiroLand Torino: RCS Sport metterà a disposizione 2 stand 4,5x2,5 m con dehors per le proprie attività di promozione istituzionale. Lo stand avrà una personalizzazione Giro d'Italia, eventuali allestimenti aggiuntivi sono a carico di Regione Piemonte.
- RCS garantirà i necessari accrediti operativi per lo staff operante nei villaggi (min. 15)

349

I contatti dei referenti operativi saranno comunicati per le vie brevi.

➤ **Comunicati stampa**

- ✓ 3 comunicati stampa al giorno nelle giornate delle tappe piemontesi

3. PR & Hospitality

- ✓ Saranno messi a disposizione dell'ente 20 pass hospitality giornalieri per ognuna delle 3 tappe piemontesi per le attività di PR dell'ente.
- ✓ Regione Piemonte disporrà, inoltre, di una dotazione di pass da condividere con i comuni di tappa, in particolare:
 - 30 pass per ciascuna tappa di partenza
 - 50 pass per ciascuna tappa di arrivo
- ✓ RCS garantirà 5 pass per lo staff che dovrà muoversi nelle aree hospitality

4. FOTO E VIDEO

- ✓ RCS Sport fornirà l'accesso al database fotografico a cui Regione Piemonte e Visit Piemonte potranno accedere per attingere immagini fotografiche per l'utilizzo istituzionale, previa la citazione dei credits dell'agenzia e del fotografo.

Resta inteso che l'utilizzo di immagini di corridori in primo piano necessiteranno dell'ottenimento dell'autorizzazione degli stessi a cura di Regione Piemonte e/o Visit Piemonte

- ✓ RCS Sport fornirà una clip con gli highlights della manifestazione utilizzabili sui canali di Visit Piemonte e Regione Piemonte.

Frame della clip potranno essere utilizzati per la realizzazione di video istituzionali di Regione Piemonte e Visit Piemonte.

➤ ATTIVITA' PER BAMBINI

BiciScuola 2024

BiciScuola si pone l'obiettivo di sensibilizzare gli alunni della scuola primaria in relazione all'utilizzo della bicicletta come strumento per uno stile di vita sano, che educa alla mobilità sostenibile e che diffonde l'educazione stradale e alimentare.

Attraverso esclusivi materiali didattici cartacei e multimediali messi a disposizione delle scuole, gli studenti hanno la possibilità di approfondire le tematiche del progetto.

Il contest, elemento centrale del progetto, culmina in una premiazione dedicata alle classi vincitrici, che permette loro di vivere da vicino le emozioni del Grande Ciclismo.

TARGET:

- alunni di scuole primarie che risiedono nelle zone toccate dal percorso del Giro d'Italia 2024

OBIETTIVO 2024:

- 2.500 classi iscritte nelle città sedi di tappa del Giro d'Italia 2024, delle città di partenza del GIRO E e delle classiche del grande ciclismo di RCS Sport.

MATERIALI DIDATTICI

Le classi iscritte hanno accesso esclusivo all'area riservata del sito dove possono scaricare materiali multimediali.

Inoltre, ricevono un kit didattico contenente ulteriore materiale educativo e promozionale.

CONTEST

Le classi iscritte saranno invitate a partecipare al progetto inviando i loro elaborati su uno dei temi proposti.

Gli elaborati inviati saranno valutati e, per ogni tappa saranno premiate le classi che meglio avranno interpretato i temi proposti.

ATTIVITA' ON FIELD

In ogni località sede di tappa del Giro, del Giro E e delle altre corse RCS, la classe vincitrice del contest ha partecipato on field con le seguenti modalità:

PARTENZA

Premiazione sul PODIO FIRMA, lezione di educazione stradale sul pullman azzurro della POLIZIA STRADALE, visione della partenza della corsa da un'area riservata

ARRIVO

Premiazione sul PODIO PREMIAZIONE, lezione di educazione stradale nello stand dedicato a GIROLAND, attività ludiche, visione dell'arrivo della corsa da un'area riservata.

I disegni dei bambini potranno essere posizionati su pannelli posti in prossimità del Pullman Azzurro nelle tappe di partenza e nel dehors dello stand BiciScuola al GiroLand nelle tappe di arrivo.

➤ EVENTI DI CULTURA DELLO SPORT

In occasione della Grande Partenza del Giro d'Italia dalla Regione Piemonte, RCS ha organizzato i seguenti eventi finalizzati a promuovere la cultura dello sport e commistioni tra sport e cultura in senso stretto:

- 21 aprile ore 15: durante Torino Frosinone, presentazione della maglia speciale Castelli in ricordo del Grande Torino ed esposizione del Trofeo Senza Fine
- A partire dal 22 aprile esposizione al pubblico del Trofeo Senza Fine in Galleria San Federico

- 2 aprile-5 maggio, mostra fotografica Torino e il Giro. Tra ricostruzione e boom economico, con 20 pannelli 300x180 cm allestiti in Via Po, nel segmento che va da Piazza Castello a Via Rossini
- 2 maggio evento presso il Museo Egizio di Torino finalizzato a presentare il programma della Grande Partenza

➤ GIRO E

Per ciascuna partenza di tappa:

- N. 2 pagine nel roadbook ufficiale con info sulla città e foto;
- Corriere della Sera: approfondimento città di partenza con foto (parte superiore pagina);
- Sito internet Giro-E: pagina dedicata alle città di Partenza con info varie; spazio dedicato alla presentazione delle iniziative sulla sostenibilità;
- Presentazione del percorso e della città in occasione della presentazione ufficiale che si terrà indicativamente nella primavera 2024 (data tbc);
- Immagini della città sul video dedicato alla tappa pubblicato sul sito e canali social Giro-E;
- Nome della città sul backdrop interviste in partenza;
- Momento istituzionale sul palco di presentazione della città e video;
- Nome della città sulla bandiera ufficiale di partenza della tappa;
- Possibilità di allestire stand espositivi di sponsor locali nel villaggio di partenza;
- Presenza della città nella clip dedicata a Giro-E trasmessa in diretta internazionale il giorno della tappa;
- Team Città di partenza, con 2 posti come partecipanti al Giro-E per la tappa, a scelta della città (E-Bike fornita dall'organizzazione). Compresi due pass per l'exclusive hospitality in arrivo per i concorrenti stessi;
- 2 Pass validi per l'accesso all'hospitality arrivo della tappa per autorità città di partenza;
- Contenuti web e social dedicati:
 - Nel periodo di avvicinamento all'evento (marzo-aprile)
 - Durante l'evento con la creazione di contenuti di presentazione del territorio che possano fondere immagini acquisite in loco dai video operatori con grafiche di percorso e altimetria per presentare le tappe in modo contestualizzato

PROGRAMMA

Di seguito si trasmettono il programma delle attività delle giornate antecedenti la partenza e nei giorni di gara:

PROGRAMMA GRANDE PARTENZA 107° GIRO D'ITALIA e GIRO E		
Mercoledì 1 maggio 2024 - Wednesday May 1st 2024		
TORINO - SERMIG ARSENALE DELLA PACE - via Andreis interno 18		
14.00 - 18.00	Accrediti Stampa e Seguito Ufficiale	General and Press Accreditations
14.00 - 19.00	Sala stampa	Press Room
Giovedì 2 maggio 2024 - Thursday May 2nd 2024		
TORINO - SERMIG ARSENALE DELLA PACE - via Andreis interno 18		
10.00 - 13.00 / 14.00 - 18.00	Accrediti Stampa e Seguito Ufficiale	General and Press Accreditations
10.00 - 19.00	Sala stampa	Press Room
TORINO MUSEO EGIZIO - Via Accademia della Scienza, 6		
11.00 - 13.00	CS Grande Partenza - Gli appuntamenti a Torino	Grande Partenza - Turin Events
TORINO - PIAZZA VITTORIO VENETO		
17.00 - 22:00	Apertura GiroLand	GiroLand
17.00 - 22:00	Apertura Green Fun Village	Green Fun Village
TORINO - CASTELLO DEL VALENTINO - Via Mattioli, 39		
20:30 - 22:00	Cerimonia di apertura e presentazione squadre	Opening ceremony and teams' presentation
Venerdì 3 maggio 2024 - Friday May 3rd 2024		
TORINO - SERMIG ARSENALE DELLA PACE - via Andreis interno 18		
10.00 - 13.00 / 14.00 - 18.00	Accrediti Stampa e Seguito Ufficiale	General and Press Accreditations
TORINO - PIAZZA VITTORIO VENETO		
14.00 - 22:00	GiroLand	Giro Land
14.00 - 22:00	Green Fun Village	Green Fun Village
TORINO-PIAZZA VITTORIO VENETO		
18.00	Team Presentation GIRO E	Team Presentation GIRO E
Sabato 4 maggio 2024 - Saturday May 4th 2024		
VENARIA REALE		
13.50	Partenza 1° tappa Giro d'Italia	Giro d'Italia 1st stage start
TORINO - CORSO MONCALIERI		
17:15 CIRCA	Arrivo 1° tappa Giro d'Italia	1st Giro d'Italia stage finish
TORINO - PIAZZA VITTORIO VENETO		
13:30 - 19:00	GiroLand	GiroLand
10.00-19.00	Green Fun Village	Green Fun Village
13.40	Partenza 1° tappa GIRO E	Giro E 1° stage start
EATALY LINGOTTO		
19.00-20.00	BUSINESS FORUM (in collaborazione con ICE)	
20.30	OPENING DINNER (a inviti)	

TAPPA 1	VENARIA REALE - TORINO	140 KM	SABATO 4 MAGGIO
----------------	-------------------------------	---------------	------------------------

PARTENZA VENARIA REALE

Ritrovo	Start meeting point	Giardini della reggia
Foglio firma	Pre-stage operations and <i>signing-in</i>	12.30 - 13.45
Partenza	Start	13.50
km 0		13.55
Trasferimento	Transfer	2000 m
Accrediti	Accreditations	Parcheggio Castelmonte

ARRIVO TORINO

Arrivo	Finish	Corso Moncalieri - Torino 17.15
Quartiertappa	Stage Headquarters	Sermig Arsenale della Pace - Via Andreis Interno 18
Accrediti	Accreditations	10.00 -13.00 / 14.00 - 16.00
Accrediti Stampa	Press Accreditations	10.00 - 13.00
Controllo Antidoping: Studio mobile all'arrivo	<i>Doping Control Station at the finish line</i>	
Giroland		Piazza Vittorio Veneto

TAPPA 2	SAN FRANCESCO AL CAMPO - SANTUARIO DI OROPA (BIELLA)	161 KM	DOMENICA 5 MAGGIO
---------	--	--------	-------------------

PARTENZA	SAN FRANCESCO AL CAMPO		
----------	------------------------	--	--

Ritrovo	Start meeting point	Velodromo Pietro Francone - San Francesco al campo (TO)
Foglio firma	Pre-stage operations and <i>signing-in</i>	11.35 - 12.50
Partenza	Start	12.55
km 0		13.05
Trasferimento	Transfer	5700 m
Accrediti	Accreditations	Via Militare

ARRIVO	SANTUARIO DI OROPA		
--------	--------------------	--	--

Arrivo	Finish	Via Santuario di Oropa - Santuario di Oropa (BI)	355
		17.15	
Quartiertappa	Stage Headquarters	Accademia dello Sport APD Pietro Micca - Corso Giuseppe Pella 19, Biella	
Accrediti	Accreditations	10.00 -13.00 / 14.00 - 16.00	
Accrediti Stampa	Press Accreditations	10.00 - 13.00	
Controllo Antidoping: Studio mobile all'arrivo	<i>Doping Control Station at the finish line</i>		
Giroland		Piazza Martiri della Libertà - Oropa Biella (BI)	
		13.30 - 19.00	

TAPPA 3	NOVARA - FOSSANO	166 KM	LUNEDI' 6 MAGGIO
----------------	-------------------------	---------------	-------------------------

PARTENZA	NOVARA		
	Ritrovo	Start meeting point	Piazza Martiri della Libertà - Novara(NO)
	Foglio firma	Pre-stage operations and <i>signing-in</i>	11.50 - 13.05
	Partenza	Start	13.10
	km 0		13.25
	Trasferimento	Transfer	6300 m
	Accrediti	Accreditations	Parcheggio via Moroni
ARRIVO	FOSSANO		
	Arrivo	Finish	Viale Regina Elena - Fossano(CN)
			17.15
	Quartiertappa	Stage Headquarters	Istituto Comprensivo Statale F. Sacco - Piazza Don Mario Micco 6, Fossano
	Accrediti	Accreditations	10.00 -13.00 / 14.00 - 16.00
	Accrediti Stampa	Press Accreditations	10.00 - 13.00
	Controllo Antidoping: Studio mobile all'arrivo	<i>Doping Control Station at the finish line</i>	
	Giroland		Viale Giancarlo Vallauri - Fossano (CN)
			13.30 - 19.00

TAPPA 4	ACQUI TERME - ANDORA	190 KM	MARTEDI' 7 MAGGIO
----------------	-----------------------------	---------------	--------------------------

PARTENZA ACQUI TERME

Ritrovo	Start meeting point	Piazza Italia - Aquila Terme (AL)
Foglio firma	Pre-stage operations and <i>signing-in</i>	11.10 - 12.25
Partenza	Start	12.30
km 0		12.35
Trasferimento	Transfer	2700 m
Accrediti	Accreditations	Sp 456

b4) SERVIZIO DI SVILUPPO WEB EVOLUTIVO DEL SITO PIEMONTESPORT.ORG

INTRODUZIONE

Il servizio svolto da Altrama Italia è relativo allo sviluppo web evolutivo del sito Piemonte Sport attraverso il rinnovo del CMS e dell'interfaccia grafica per promuovere gli eventi, gli impianti sportivi e tutte le informazioni utili per gli attori che operano nel settore sportivo della regione Piemonte.

E' stata definita una nuova architettura dell'informazione del sito con pagine e sezioni aggiornate, in coerenza con la richiesta del cliente, e l'integrazione automatica in interoperabilità con altri siti come il portale Sport e Salute (impianti sportivi, <https://www.sportesalute.eu/dove-fare-sport.html>) e Visit Piemonte (strutture ricettive).

Il back-end comunica con il front-end attraverso un sistema basato su grafi di informazione utilizzando il protocollo GraphQL, una tecnologia moderna che permette di organizzare e fornire i dati in modo mirato e granulare. Questo approccio garantisce che le informazioni richieste dal front-end siano precise e aggiornate, migliorando così l'efficienza e l'esperienza degli utenti.

358

Oltre al front-end pubblico e al back-end per la gestione dei contenuti da parte della redazione di Visit Piemonte, è stata realizzata un'area esterna riservata esclusivamente alle società e associazioni sportive per il caricamento e la gestione degli eventi. Tale area dialoga con il back-end del sito mediante API RESTful.

Dal punto di vista tecnico il sito è realizzato in due lingue, italiano e inglese, ed è responsivo, adattandosi automaticamente alla visualizzazione sia desktop che mobile. Tra le attività realizzate c'è anche la migrazione dei contenuti dal sito attualmente online sulla nuova piattaforma realizzata.

Per la progettazione grafica è stato utilizzato Figma. Durante questa fase ci sono state riunioni online e comunicazioni a mezzo e-mail con il cliente per la revisione delle pagine / sezioni man mano progettate con lo scopo di recepire feedback e richieste di modifica.

Nei paragrafi che seguono saranno descritte nel dettaglio le pagine e le funzionalità implementate.

PROGETTAZIONE GRAFICA

La progettazione grafica è stata effettuata utilizzando **Figma**, uno strumento professionale per la prototipazione e la progettazione di interfacce utente. Questo ha permesso di creare un mockup interattivo che replica accuratamente l'esperienza d'uso del sito, consentendo una simulazione precisa del flusso di navigazione e dell'interazione dell'utente con le diverse sezioni del sito. Lo strumento facilita la collaborazione tra i membri del team, consentendo di condividere il progetto in tempo reale e raccogliere feedback immediati per ottimizzarne il design.

Il sito è stato concepito con l'obiettivo di offrire una navigazione semplice e intuitiva, rispondendo alle esigenze specifiche degli utenti. La progettazione ha incluso la homepage, le pagine interne come la pagina eventi con il calendario interattivo, i filtri avanzati, una mappa per la geolocalizzazione degli eventi ed altre sezioni mirate a migliorare l'esperienza complessiva.

La homepage è stata progettata con particolare attenzione alla User Interface (UI) e alla User Experience (UX), per garantire una navigazione intuitiva e dall'accattivante impatto visivo. Gli elementi principali del sito sono stati organizzati in modo da catturare immediatamente l'attenzione dell'utente, mettendo in evidenza le informazioni più rilevanti. Tra queste, troviamo i grandi eventi sportivi del Piemonte, un calendario dettagliato che consente agli utenti di consultare facilmente gli appuntamenti caricati dagli operatori del settore e una sezione dedicata alle notizie aggiornate che riguardano lo sport nella regione.

Nella pagina degli eventi, gli utenti possono trovare tutte le informazioni riguardanti ciascun evento quali i contatti, l'indirizzo, una mappa interattiva e materiale multimediale come foto e video. Questa sezione è stata progettata per garantire agli utenti un accesso rapido a tutte le informazioni di interesse, migliorando così l'esperienza di consultazione e la fruibilità del sito.

Il mockup è stato sviluppato con un approccio responsive che garantisce un'esperienza ottimale sia su dispositivi desktop che su mobile. Per la versione desktop, la disposizione degli elementi è stata ottimizzata per sfruttare al meglio lo spazio disponibile, creando un layout pulito e ben bilanciato.

Per la versione mobile, il design è stato adattato per offrire un'interazione agevole, con menu a tendina, sezioni facilmente scrollabili e pulsanti touch-friendly, migliorando l'accessibilità e la fruibilità da parte di tutti gli utenti.

ALBERATURA DEL SITO

Il menu principale del sito prevede le seguenti pagine e sezioni:

- **Chi siamo**, pagina informativa con contenuti testuali;
- **Sport in Piemonte**, pagina informativa con contenuti fotografici e testuali, dove il cliente può dare risalto anche alle tipologie di sport praticabili in Piemonte;
- **Eventi**, con due sezioni:

- una per tutti gli eventi caricati dalle associazioni / società sportive,
- una riservata ai Grandi Eventi con informazioni più dettagliate;
- **Impianti sportivi:** pagina dedicata agli impianti sportivi presenti sul territorio piemontese con mappa;
- **News:** sezione dedicata alle notizie pubblicate dalla redazione di Piemonte Sport sul sito;
- **Multimedia:** sezione con i contenuti multimediali pubblicati direttamente dalla redazione di Visit Piemonte con possibilità di download.

Dopo la sezione Multimedia è presente l'icona per la ricerca dei contenuti nel sito, la call to action "**Carica eventi**" rivolta alle associazioni e società sportive registrate e abilitate da Visit Piemonte.

Il processo di registrazione delle nuove associazioni e società sportive prevede una fase di abilitazione manuale da parte di Piemonte Sport. Solo gli utenti abilitati potranno accedere all'area riservata per il caricamento degli eventi e la gestione dei contenuti associati a ognuno di esso.

La pagina dei **Contatti** è raggiungibile dal menu secondario presente nel footer del sito, così come l'**Area Riservata** (presente anche nell'header, in alto a destra) che prevede il login per gli utenti abilitati o l'accesso al modulo per la registrazione dei nuovi utenti.

360

HOME PAGE

L'header dell'homepage include un elemento multimediale di forte impatto visivo: un video integrato che rappresenta diverse discipline sportive, tra cui sci, ciclismo, pallavolo, kayak, tennis, ginnastica artistica, hockey e basket.

- **Area sinistra:** in alto a sinistra è posizionato il logo ufficiale di *Piemonte Sport*, affiancato dal checkmark di ufficialità che attesta l'autenticità del portale come sito istituzionale dedicato allo sport nella regione Piemonte.
- **Area destra:** in alto a destra si trovano due componenti interattive:
 - **Selezione della lingua:** impostata di default su italiano (ITA) e modificabile in inglese (ENG).
 - **Accesso all'area riservata.**

Nella fascia superiore dell'header sono presenti otto elementi:

- Sei voci di menù: **Chi siamo, Sport in Piemonte, Eventi, Impianti sportivi, Multimedia e News.**
- Una barra di ricerca per contenuti specifici.
- Un'opzione per l'upload di eventi attraverso il pulsante **Carica eventi**.

A piè dell'header è presente la denominazione "**Piemonte Sport**" accompagnata da una breve descrizione del portale.

Il corpo della homepage è suddiviso in tre sezioni principali, ciascuna progettata per favorire l'accesso rapido a informazioni rilevanti:

1. Sezione "**In evidenza**": Include box eventi dotati di immagine e titolo. I box sono visualizzabili tramite uno slideshow navigabile con frecce e cliccando sul titolo o sull'immagine, l'utente viene reindirizzato alla pagina di dettaglio dell'evento.
2. Sezione "**Calendario eventi**": Include box evento, ognuno dei quali contenente immagine, titolo, luogo e date di riferimento ed anche in questo caso visualizzabili tramite uno slideshow. È presente inoltre un'icona interattiva **Calendario completo** che permette di accedere alla pagina dettagliata contenente tutti gli eventi programmati.
3. Sezione "**News**": Include box news, ognuno dei quali contenente titolo, data, immagine ed etichetta di categoria. Lo slideshow consente la consultazione dei box, e cliccando su uno degli elementi si accede alla relativa pagina di dettaglio. L'icona **Tutte le news** reindirizza alla pagina che raccoglie tutte le notizie caricate sul portale.

Nel footer sono visibili a sinistra il logo ufficiale di Piemonte Sport ed i riferimenti societari, al centro le icone social cliccabili dell'organizzazione, a destra le sezioni "**Area riservata**", "**Download loghi**" e "**Contatti**".

361

Nella parte finale del footer sono presenti a sinistra i loghi degli enti promotori, a destra le sezioni consultabili di "**Privacy policy**" e "**Cookie**".

Di seguito lo screenshot della pagina.



Sito ufficiale dello sport in Piemonte



Chi siamo

Sport in Piemonte

Eventi

Impianti sportivi

Multimedia

News

ITA Area riservata

+ Carica eventi

Piemonte Sport

Il portale dedicato a tutto ciò che riguarda lo sport nella regione Piemonte.

In evidenza



Vuelta a España



Special Olympics



Final Eight 2025



Fencing Grand Prix Torino
2025



Universiadi 2025

Calendario eventi

Calendario completo >



Archieve

evento di prova

Del 18/01/2025 al 17/01/2025



Villanova

AUTsider

Del 26/02/2024



Polzone

Brevetto Pollone Bici Tour

Del 22/05/2024 al 30/02/2024



Imperia

Campionato Regionale
Giovanile in vasca - Premio
"La Serra" 2024 - Quarta
edizione

Del 17/05/2024 al 16/02/2024

News

Tutte le news >



15/01/2024

GranPiemonte 2024: da
Valdenigo e Borgomanero



15/01/2024

Torino e il Piemonte: capitali
del biliardo 5 birilli



02/09/2024

Una passione senza tempo:
dai campioni degli anni 80
ad oggi



16/01/2024

Novara e Hockey, la storia di
un'identità sportiva per
l'intera città



Via Bertola, 34 - 10122 - Torino
Codice fiscale e numero di iscrizione: 09693360019 del
Registro delle Imprese di TORINO
Capitale interamente versato: € 200.000,00

FOLLOW US

News, eventi e curiosità sullo sport piemontese
#PiemonteSport è un progetto di @idoli_piemonte



Area riservata

Download Login

Contatti

Promosso da:



PIEMONTE



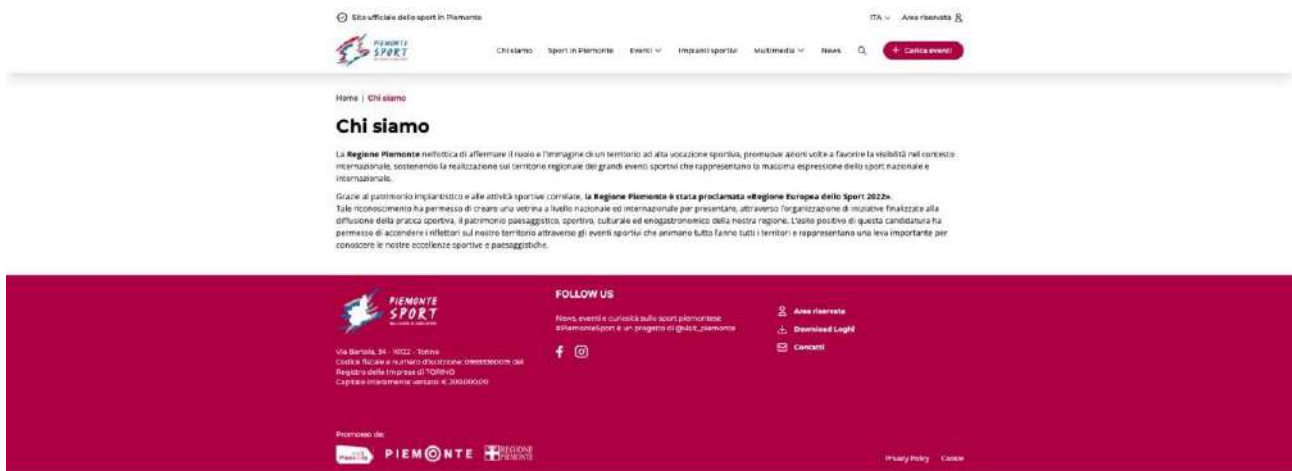
REGIONE
PIEMONTE

Privacy Policy Cookie

PAGINE INTERNE

CHI SIAMO

Il body della pagina "**Chi Siamo**" presenta due sezioni testuali strutturate in paragrafi, dedicate alla descrizione della mission e della vision della Regione Piemonte nel contesto delle iniziative sportive promosse. La pagina può essere gestita dal backend del sito. Di seguito uno screenshot.

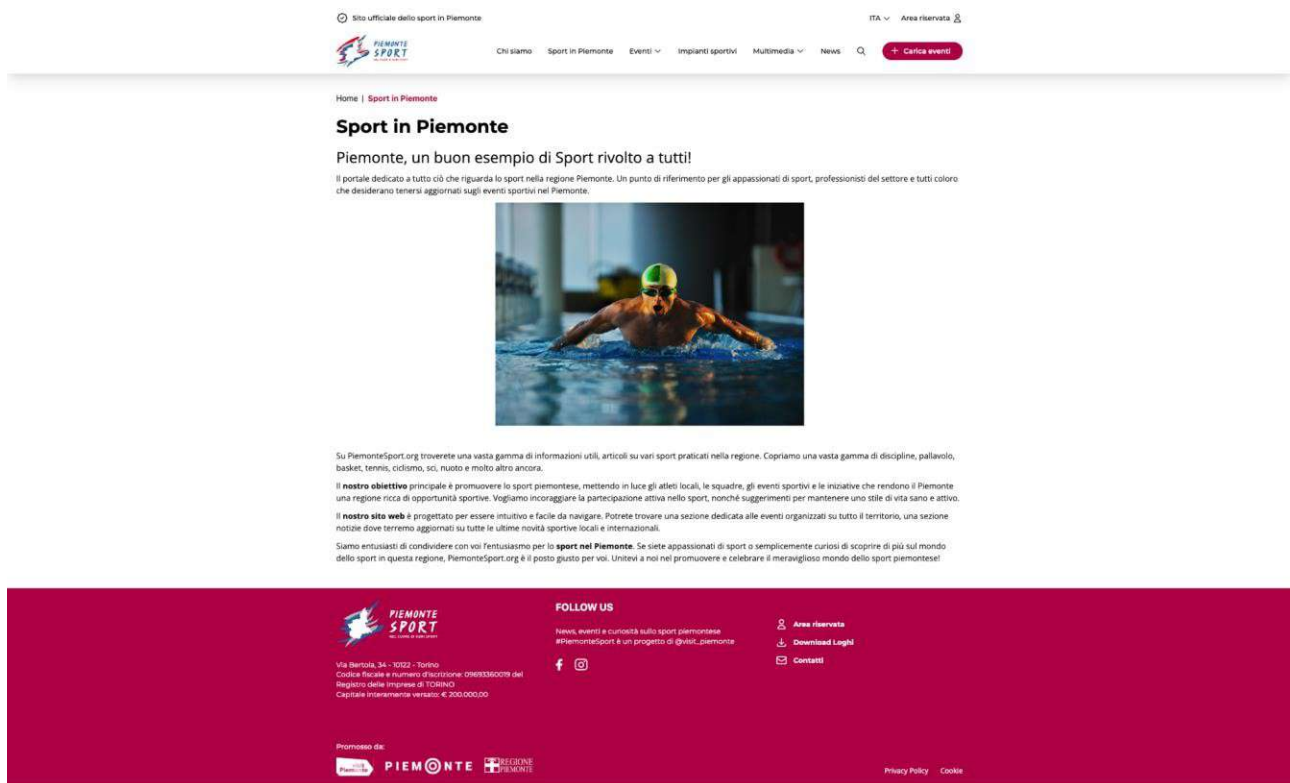


SPORT IN PIEMONTE

Nel body della pagina "**Sport in Piemonte**" è stata implementata una struttura composta da:

- Un'immagine in primo piano che introduce visivamente il tema.
- Un articolo descrittivo degli obiettivi che hanno guidato la progettazione e lo sviluppo del portale.

La pagina può essere gestita dal backend del sito. Di seguito uno screenshot.



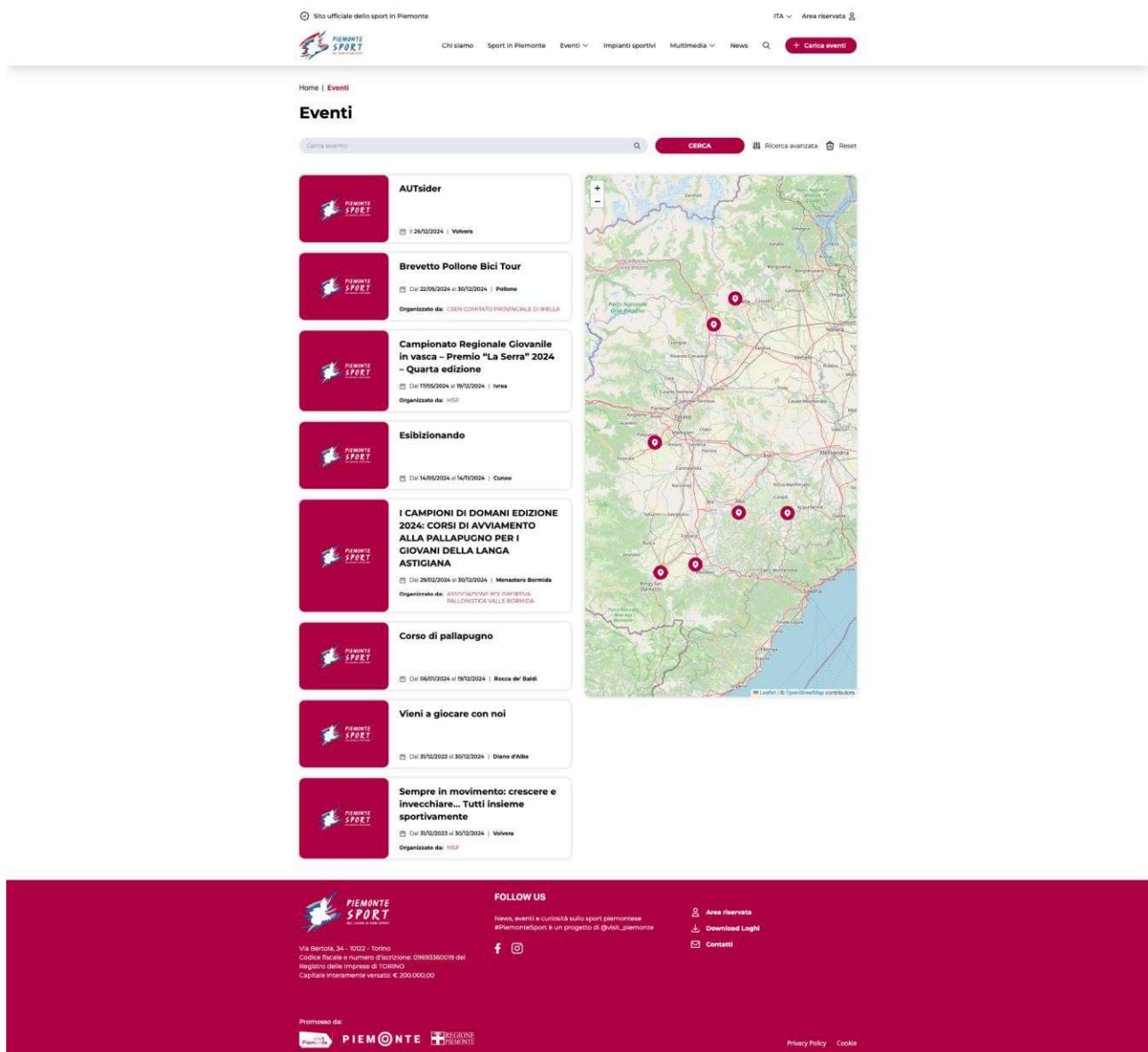
EVENTI

La pagina "Eventi" è organizzata con una struttura a doppia colonna:

- Nella colonna sinistra sono presenti un elenco di eventi, ciascuno presentato in un box contenente: immagine di riferimento, titolo, luogo e data dell'evento.
- Nella colonna destra troviamo una mappa interattiva che mostra le località associate agli eventi tramite pin geolocalizzati.

La navigazione degli eventi può avvenire tramite **esplorazione libera** dell'elenco *oppure* attraverso una **ricerca mirata** tramite la barra di ricerca posizionata nella parte superiore del body. Quest'ultima è dotata di un pulsante **Cerca** e delle opzioni **Ricerca avanzata** e **Reset**.

Di seguito uno screenshot della pagina.



Dettaglio evento

Cliccando su un evento, l'utente accede alla pagina dedicata che include:

- Box informativo con i dettagli di contatto dell'organizzatore.
- Dettagli evento suddivisi in categorie: *Dove*, *Quando* e *Biglietti*.
- Sottotitolo ed etichetta di categoria.
- Sezione *Allegati* con opzioni per il download della documentazione.
- Icone per la condivisione sui principali social media.

- Sezione interattiva *Dove dormire nelle vicinanze*, che reindirizza a una pagina dedicata alle strutture ricettive della zona.
- Sezione *Ti potrebbero anche interessare* con eventi simili, consultabile tramite uno slideshow navigabile.

Di seguito uno screenshot della pagina con un evento di esempio.

Sito ufficiale dello sport in Piemonte

ITA Area riservata

Chi siamo Sport in Piemonte Eventi Impianti sportivi Multimedia News Carica eventi

Home | Campionato Regionale Giovanile in vasca - Premio "La Serra" 2024 - Quarta edizione

Campionato Regionale Giovanile in vasca - Premio "La Serra" 2024 - Quarta edizione

Organizzatore dell'evento
MSP
msp.piemonte@gmail.com +39 011 4371430

Dove
Ivrea (TO) - Piemonte
Italia
Mostra mappa

Quando
Dal 17/05/2024 al 18/12/2024

Biglietti
Ingresso libero

Categorie Singolo evento

Nuoto gare esordienti giovanili - PISCINA LA SERRA - IVREA (TO) - 18-19 maggio 2024 GARA DI NUOTO ESORDIENTI GIOVANILI QUALIFICHE - 24-25 maggio 2024 GARA DI NUOTO ESORDIENTI GIOVANILI FINALI Come ogni anno, anche quest'anno la Fitness Underground contribuisce a incentivare la pratica sportiva nei residenti in Piemonte, partecipando anche alla promozione del territorio del Canavese. Al via al "II Premio La Serra 2024 - 4a edizione": tre giorni di gare di nuoto sportivo per gli allenamenti e le qualifiche, e due giorni per le finali, evento destinato ai giovani che praticano attività sportiva a livello amatoriale, dilettantistico con premi per tutti i partecipanti. Una tre giorni più due ricca di sorrisi per i piccoli nuotatori, con gare di "Qualificazione e Finali aperte a livello Regionale" in presenza di pubblico e genitori in vasca corta dedicate alla categoria Esordienti. Le gare sono precedute da lezioni di perfezionamento.

Condividi

Dove dormire nelle vicinanze
Hai bisogno di sapere quali sono le strutture ricettive nei dintorni dell'evento?
Vai alla sezione >

Ti potrebbero interessare Calendario completo >

Andrate evento di prova
Dal 18/01/2025 al 17/05/2025

Pollone Brevetto Pollone Bici Tour
Dal 22/05/2024 al 30/12/2024

Monastero Bormida I CAMPIONI DI DOMANI EDIZIONE 2024: CORSI DI AVVIAMENTO ALLA PALLAPUGNO PER I GIOVANI DELLA LANGA ASTIGIANA
Dal 28/12/2024 al 30/12/2024

Cuneo Esibizionando
Dal 14/05/2024 al 14/12/2024

PIEMONTE SPORT
Via Bertola, 34 - 10122 - Torino
Codice fiscale e numero d'iscrizione: 0969336078 del Registro delle imprese di TORINO
Capitale interamente versato: € 300.000,00

FOLLOW US
News, eventi e contatti sullo sport piemontese
#PiemonteSport è un progetto di @lois_piemonte

Area riservata
Download Login
Contatti

Promosso da:
PIEMONTE REGIONE PIEMONTE

Privacy Policy Cookie

GRANDI EVENTI

Il body della pagina “Grandi Eventi” presenta un elenco a griglia degli eventi principali, ciascuno rappresentato in un box contenente immagine di riferimento, titolo, luogo, data e breve descrizione dell'evento.

Di seguito lo screenshot della pagina.

Sito ufficiale dello sport in Piemonte

PIEMONTE SPORT

Chi siamoSport in PiemonteEventiImpianti sportiviMultimediaNews

ITAArea riservata

Home | Grandi eventi

Grandi eventi

LA VUELTA

Vuelta a España

Da 22/09/2023 a 26/09/2023

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

Special Olympics

Da 09/03/2025 a 10/03/2025

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

Final Eight 2025

Da 18/02/2025 a 24/02/2025

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

Fencing Grand Prix Torino 2025

Da 06/12/2023 a 08/12/2023

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

Universiadi 2025

Da 12/09/2025 a 22/09/2025

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

World Skate Games Italia 2024

Da 02/10/2024 a 17/10/2024

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

NITTO ATP Finals 2024

Da 01/11/2024

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras in sagittis ligula. Mauris ut mauris arcu. Pellentesque at imperdiet neque.

Tour de France

Da 01/07/2024

L'edizione 2024 del Tour de France comprende l'arrivo a Torino il 1° luglio e il giorno successivo la tappa da Piemonte verso la località transalpina di Valloire.

Giro d'Italia 2024

Da 05/05/2024 a 25/05/2024

Il Giro d'Italia, uno degli eventi più prestigiosi nel mondo del ciclismo, pone il Piemonte e la sua capitale, Torino, al centro dell'attenzione nel 2024.

Granfondo Piemonte

Da 26/04/2024 a 28/04/2024

Il progetto Granfondo Piemonte si presenta come l'apice dell'identità sportiva del nostro territorio.

PIEMONTE SPORT

Via Bertola, 36 - 10122 - Torino
Codice fiscale e numero d'iscrizione: 01653360019 del Registro delle imprese di Torino
Capitale Piemonte versione 4.00000000

FOLLOW US

News, eventi e cultura sullo sport piemontese
tramontonequest è un progetto di grandi.piemonte

f

in

Area riservata

Download Login

Contatti

Promosso da

PIEMONTE

REGIONE PIEMONTE

Privacy PolicyCookie

Dettaglio evento

Accedendo alla pagina dedicata, l'utente visualizza:

- Immagine di copertina con titolo e icone per la condivisione sui social media.
- Date e descrizione dell'evento.
- Calendario degli eventi che compongono il Grande Evento
- Mappa con localizzazione degli eventi che compongono il Grande Evento
- Dove dormire nelle vicinanze: interoperabilità con il sito Visit Piemonte
- Sezione *Ti potrebbero anche interessare* con eventi simili, organizzata in modalità slideshow.

Di seguito lo screenshot della pagina con un grande evento di esempio.

The screenshot displays the Granfondo Piemonte website. At the top, there's a navigation bar with the logo and links for 'Chi siamo', 'Sport in Piemonte', 'Eventi', 'Impianti sportivi', 'Multimedia', and 'News'. A search bar is also present. Below the navigation bar is a large banner with the text 'GRANFONDO PIEMONTE' and a background image of a ski lift. The main content area features a 'Calendario' section with a list of events, each with a date and location. To the right of the calendar is a map of the region. Below the calendar, there's a section titled 'Ti potrebbero interessare' with a carousel of related events. The footer contains contact information, social media links, and a 'Privacy Policy' link.

Calendario

Evento	Data	Località
Granfondo Mangia e Bevi	1-2/20/2024	Nevati
Granfondo Bra Bra	1-2/20/2024	Bra
Granfondo Briko Torino	1-2/20/2024	Torino
La gran Borgo Sesia	1-2/20/2024	Borgosesia
Ciro delle valli Monregalesi	1-2/20/2024	Mondevi
La Via del Sale	1-2/20/2024	Limone Piemonte
La Fausto Coppi	1-2/20/2024	Cuneo
Assietta Legend	1-2/20/2024	Sestriere
Granfondo di Biella	1-2/20/2024	Biella
Sestriere Colle delle Finestre	1-2/20/2024	Sestriere

Ti potrebbero interessare

- Vuelta a España
- Fencing Grand Prix Torino 2025
- Final Eight 2025
- Special Olympics
- Universiadi 2025

IMPIANTI SPORTIVI

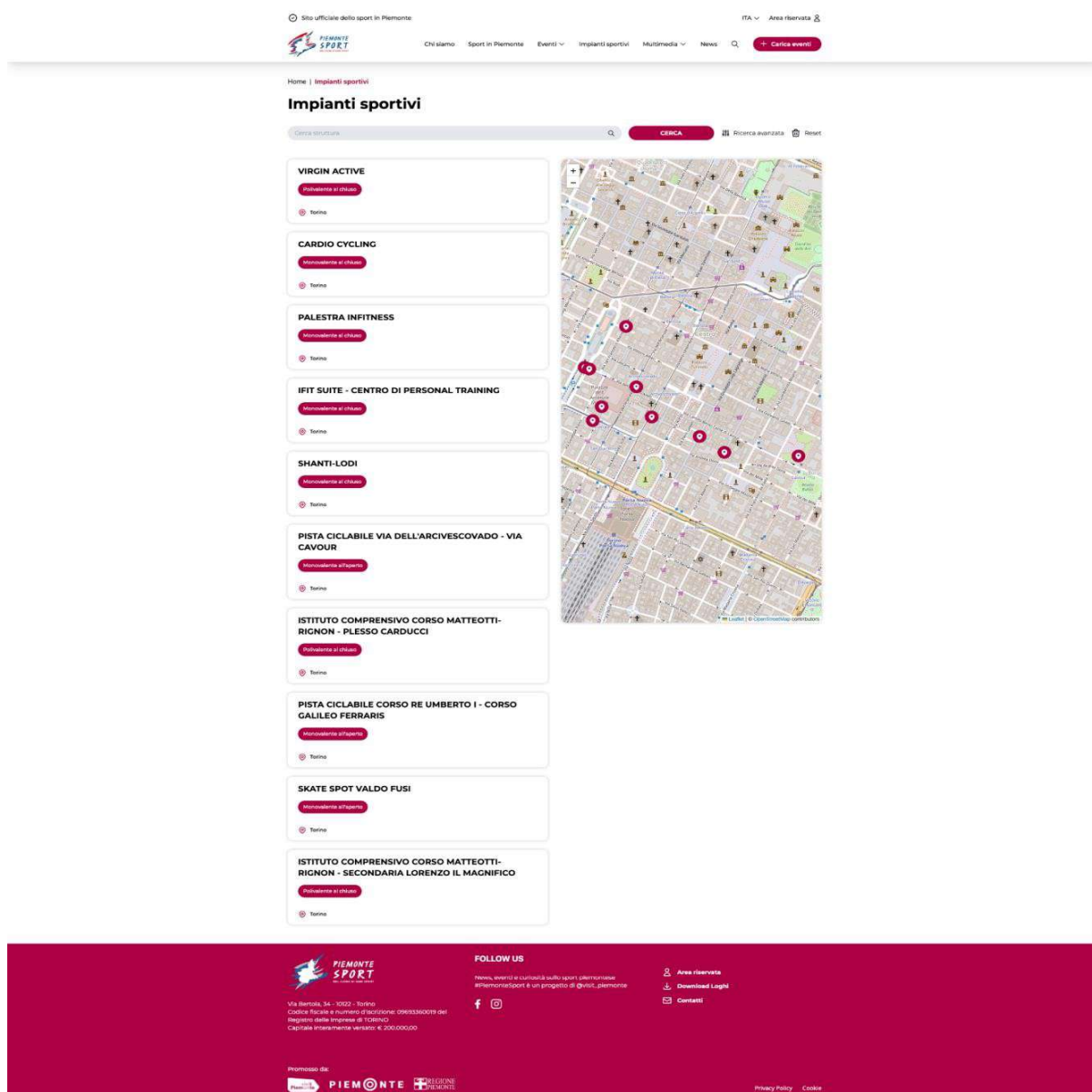
La pagina "**Impianti Sportivi**" è organizzata con una struttura a doppia colonna:

Nella colonna sinistra è presente l'elenco degli impianti sportivi, ciascuno rappresentato in un box contenente nome della struttura, tipologia di impianto e città in cui è situato.

Nella colonna destra è presente la mappa interattiva che evidenzia le località degli impianti tramite pin geolocalizzati.

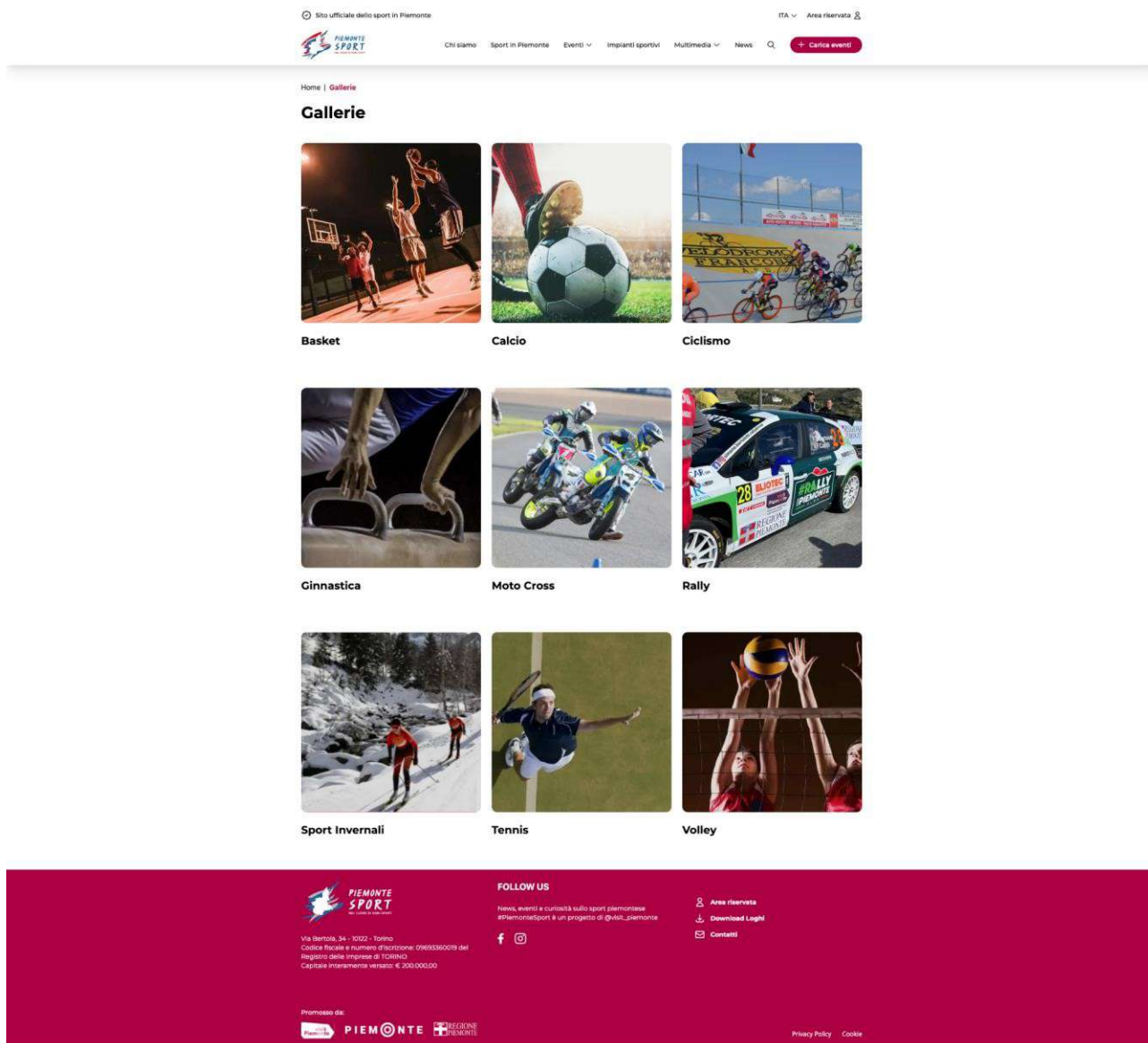
La ricerca degli impianti può avvenire tramite **esplorazione libera** dell'elenco *oppure* attraverso l'utilizzo della barra di ricerca, dotata di funzionalità avanzate (*Cerca, Ricerca avanzata e Reset*).

Di seguito lo screenshot della pagina.



MULTIMEDIA

E' stato implementato un sottomenù denominato **"Gallerie"** la cui pagina è strutturata con un elenco a griglia delle attività sportive, ognuna delle quali è rappresentata in un box con immagine e titolo. Di seguito lo screenshot della pagina.



Cliccando su un box, l'utente accede alla pagina di dettaglio dell'attività sportiva selezionata e, oltre a visualizzare le fotografie disponibili, può effettuare il download della Gallery cliccando sul bottone "Download gallery". Di seguito lo screenshot della pagina.



Home | Basket

Basket



Download gallery



Via Bertola, 34 - 10122 - Torino
Codice Fiscale e numero iscrizione: 09683500019 del
Registro della impresa di TORINO
Capitale intermedia versato: € 200.000,00

FOLLOW US

News, eventi e curiosità sullo sport piemontese
#PiemonteSport è un progetto di gevisi_piemonte



Area riservata

Download Login

Contatti

Promosso da:



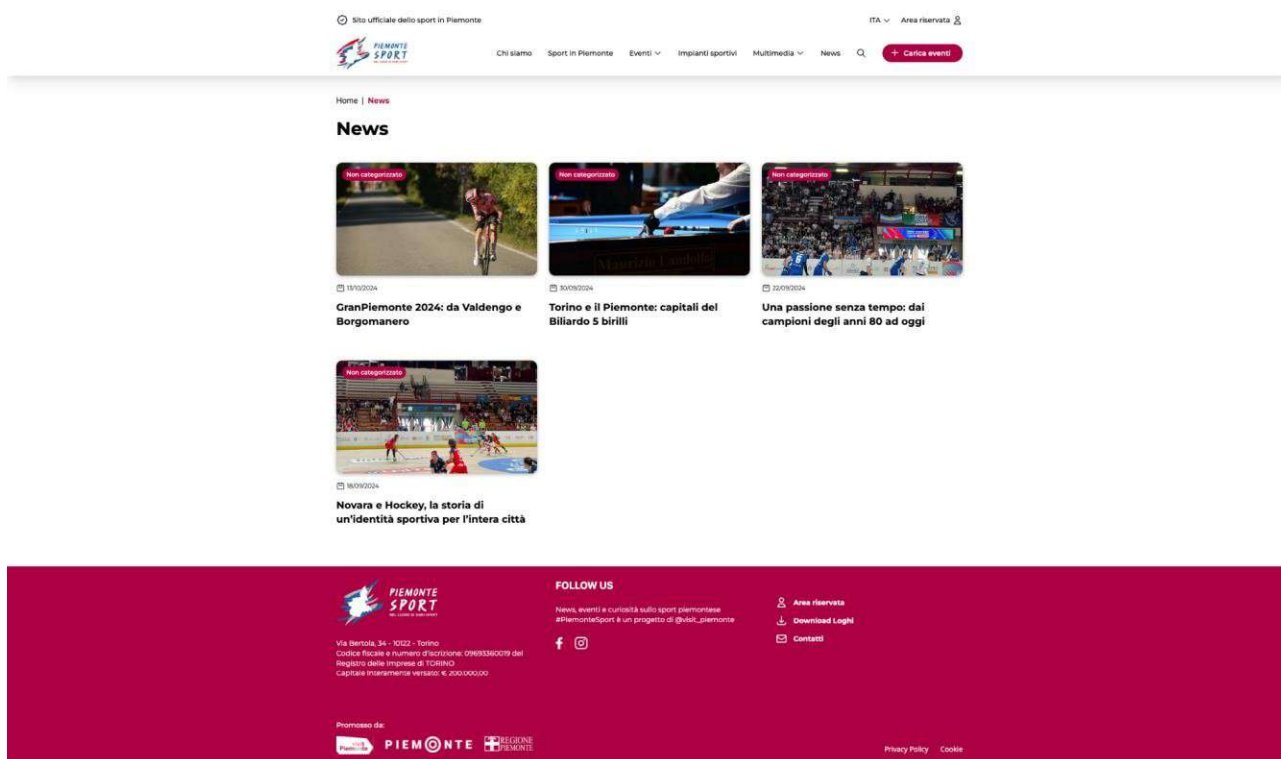
PIEMONTE



Privacy Policy Cookie

NEWS

Il body della pagina “**News**” presenta un elenco a griglia delle news principali, ciascuna rappresentata in un box contenente immagine di riferimento, titolo, data ed etichetta di categoria. Di seguito lo screenshot della pagina.

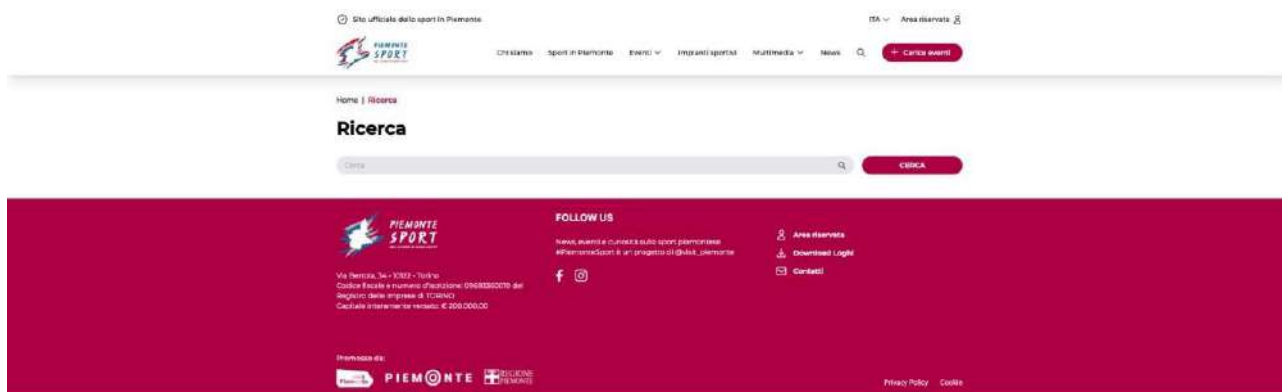


Cliccando su una news l'utente è reindirizzato alla pagina di dettaglio del contenuto scelto. Di seguito lo screenshot di una news presa come esempio.



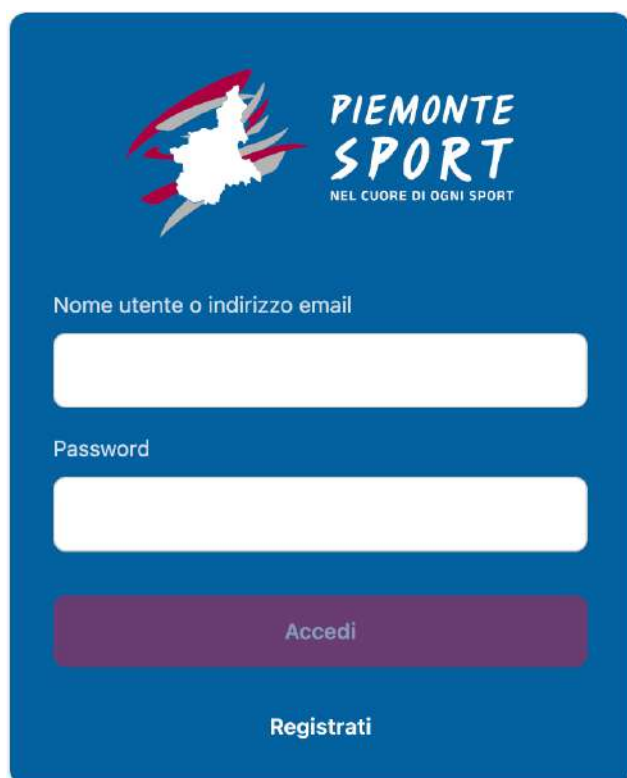
RICERCA NEL SITO

Dopo la voce di menu “News” è presente l’icona cliccabile per la ricerca di contenuti all’interno del sito che permette di inserire un testo libero e leggere i risultati della ricerca. Di seguito lo screenshot della pagina.



AREA RISERVATA PER ASSOCIAZIONI SPORTIVE

Ogni associazione può effettuare il login da un'area riservata - esterna al back-end del CMS - mediante credenziali (username e password). Di seguito la schermata della pagina dedicata al login.

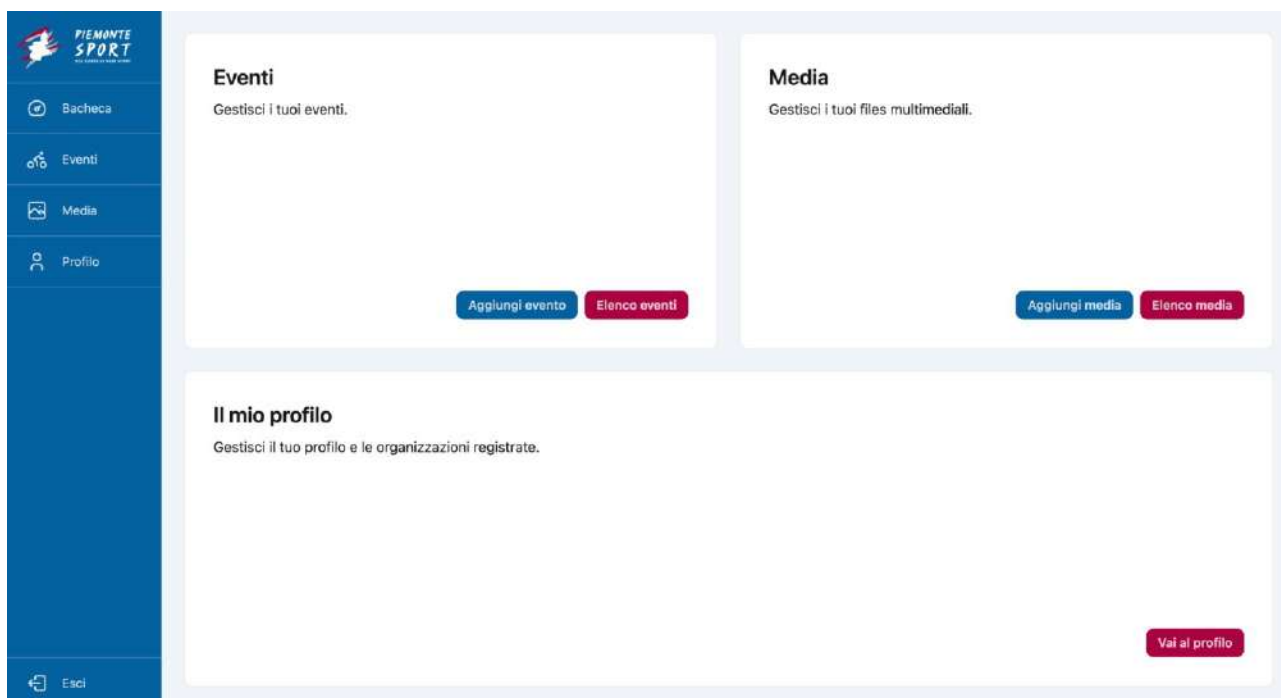


The image shows a login form for 'PIEMONTE SPORT'. At the top left is a logo featuring a stylized map of the Piedmont region in white, surrounded by red and grey swooshes. To the right of the logo, the text 'PIEMONTE SPORT' is written in a bold, white, sans-serif font, with 'NEL CUORE DI OGNI SPORT' in a smaller font below it. Below the logo and text, there are two white input fields. The first field is labeled 'Nome utente o indirizzo email' and the second is labeled 'Password'. Below these fields is a purple button with the text 'Accedi' in white. At the bottom of the form is a link labeled 'Registrati'.

Dopo l'inserimento di username e password l'utente accede a una dashboard per:

- il caricamento e la gestione degli eventi di propria competenza,
- l'inserimento e la gestione dei contenuti multimediali,
- la gestione del profilo utente.

Di seguito uno screenshot della dashboard implementata.



Nella pagina è presente il logo di Piemonte Sport, in alto a sinistra, un box dedicato agli eventi (dal quale è possibile aggiungere un nuovo evento e visualizzare l'elenco degli eventi caricati dall'utente), uno ai media (dal quale è possibile aggiungere un nuovo contenuto multimediale e visualizzare l'elenco di quelli già caricati dall'utente) e un terzo al profilo utente, il menu principale dell'area riservata alle associazioni sportive del Piemonte composto dalle seguenti voci:

- Bacheca
- Eventi
- Media
- Profilo

In basso a sinistra è presente il bottone per il logout.

Cliccando su "Eventi" si accede alla pagina con l'elenco degli eventi caricati dall'utente con il relativo "stato" e il bottone che permette di caricare un nuovo evento (Carica evento). La pagina dedicata al caricamento dei nuovi eventi prevede un elenco di campi da compilare, alcuni con testi e altri con allegati (es. locandina). L'utente può inserire il nome dell'evento proposto,

l'immagine di copertina, la località di svolgimento dell'evento, la data, la descrizione e gli allegati. Di seguito lo screenshot della pagina.

Carica nuovo evento

Pubblica evento Annulla

Aggiungi il titolo dell'evento

Evento organizzato da: -

Imposta copertina dell'evento

Configura la località dell'evento

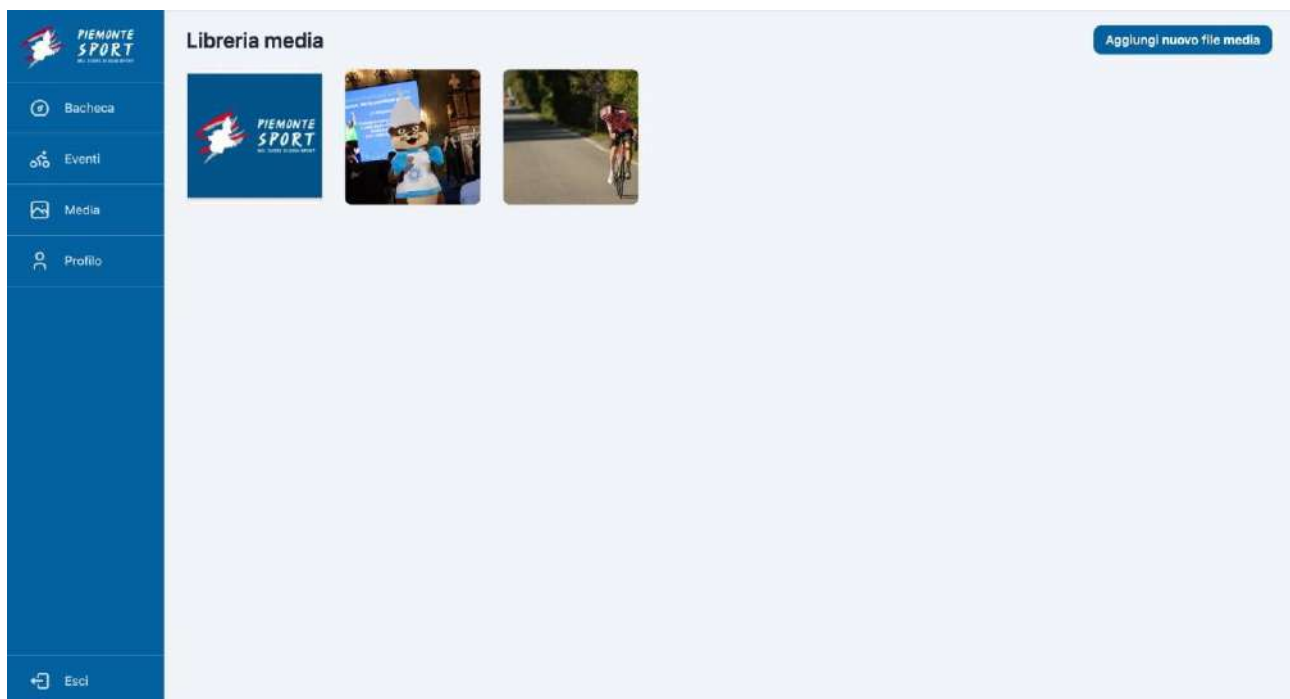
Seleziona la data dell'evento

Configura le modalità di partecipazione dell'evento

Aggiungi la descrizione dell'evento

Seleziona gli allegati dell'evento

I contenuti multimediali da associare all'evento devono essere preliminarmente caricati nell'apposita sezione "Media", dalla quale è possibile visualizzare i contenuti multimediali già caricati dall'utente e caricarne uno nuovo. Di seguito lo screenshot della pagina "Media".



Cliccando su “Aggiungi nuovo file media” è possibile accedere alla schermata che prevede l’upload di un nuovo file (vedi screenshot che segue).



L'area riservata alle associazioni sportive dialoga con il backend del CMS utilizzato e ciò permette alla redazione centrale di gestire abilmente i contenuti proposti dagli utenti abilitati.

BACK-END GESTIONE SITO

Il back-end della piattaforma si basa sul sistema di gestione nativo di WordPress, potenziato con funzionalità avanzate e personalizzate.

Per rispondere alle esigenze specifiche del progetto è stato adottato un protocollo di comunicazione basato su GraphQL, una tecnologia che consente di esporre e interrogare il grafo globale dell'architettura dell'informazione in modo dinamico ed efficiente. Questo approccio si distingue per la sua capacità di rappresentare relazioni complesse tra i dati e di ottimizzare l'accesso alle informazioni, migliorando l'efficienza del sistema nel suo complesso.

Inoltre il backend è stato progettato per operare in sinergia con specifici custom post types e plugin dedicati, che permettono una personalizzazione efficace dei contenuti, oltre a fornire una gestione semplice ed intuitiva degli stessi, assicurando che tutte le informazioni siano sempre aggiornate e facilmente consultabili.

- GraphQL: E' stato progettato un grafo dettagliato dell'architettura dell'informazione, che rappresenta in modo dinamico le relazioni tra i vari contenuti, come eventi, organizzazioni, impianti sportivi e strutture ricettive. Questo approccio consente una consultazione efficiente ed una interoperabilità flessibile, migliorando nel complesso l'accesso ai dati attraverso un singolo endpoint centralizzato.
- Custom Post Types: Sono stati creati tipi di contenuti personalizzati per gestire eventi, impianti sportivi, strutture ricettive. Ogni evento può essere configurato con dettagli specifici, immagini, documenti e collegamenti multimediali.
- Editor Wysiwyg: È stato inoltre migliorato ed esteso l'editor Wysiwyg di Wordpress con l'adozione di specifici shortcode che consentono una personalizzazione radicale dei contenuti. Questi shortcode sono gestiti dal front-end utilizzando componenti dinamici e altamente personalizzabili, offrendo flessibilità nella consultazione e nell'interazione con i contenuti, e garantendo al tempo stesso un'esperienza utente intuitiva e coerente con l'architettura del sito.
- Plugin Realizzati Ad-Hoc: Sono stati sviluppati plugin per:

- Gestione Avanzata dei Grandi Eventi: Consentono di creare mini siti dedicati a singoli eventi, fornendo pagine dinamiche e personalizzate che mantengono l'identità grafica della piattaforma principale.
- Integrazione Backend-Frontend: Garantisce la sincronizzazione tra l'area riservata alle associazioni sportive e il backend. I dati inseriti dagli utenti vengono immediatamente disponibili per revisione e pubblicazione.
- Interoperabilità: Plugin che gestiscono l'integrazione con sistemi esterni tramite API REST, facilitando l'importazione e l'esportazione di dati in tempo reale.

Funzionalità Specifiche del Backend:

- Gestione degli Utenti: Il sistema supporta ruoli personalizzati per differenziare i livelli di accesso e i permessi, garantendo un controllo granulare sulle operazioni consentite.
- Gestione delle Organizzazioni: Il sistema permette inoltre di creare, modificare e amministrare le organizzazioni responsabili degli eventi. Ogni organizzazione può essere moderata e può avere impostazioni personalizzate e statistiche dedicate.
- Gestione degli Eventi: Un'interfaccia intuitiva consente agli amministratori di visualizzare, modificare e approvare contenuti caricati dagli utenti autorizzati.
- Gestione delle Gallerie: Il sistema offre strumenti avanzati per creare ed organizzare gallerie multimediali tematiche in modo semplice ed intuitivo. Gli amministratori possono caricare immagini e video, categorizzare ed aggiungere tag e descrizioni dettagliate, per migliorare la consultazione e la ricerca. È inoltre possibile integrare le stesse gallerie all'interno dei contenuti testuali di eventi e news, mediante l'editor Wysiwyg.
- Mini Siti Dedicati: Ogni grande evento può disporre di un mini sito dinamico con sezioni dedicate, gallerie fotografiche, calendari, mappa e altre informazioni di utilità.
- Sincronizzazione con l'Area Riservata: Le modifiche apportate nel backend vengono propagate automaticamente all'area riservata, garantendo coerenza nei contenuti.
- Reportistica Avanzata: Sono stati implementati strumenti di monitoraggio per analizzare i dati di utilizzo e generare report personalizzati.
- L'intero backend è stato progettato per essere scalabile, garantendo la possibilità di aggiungere nuove funzionalità e integrazioni future senza compromettere la stabilità del sistema.

IMPLEMENTAZIONE DELLA PIATTAFORMA

La piattaforma web sviluppata utilizza il CMS WordPress, un sistema di gestione dei contenuti ampiamente adottato per la sua flessibilità, scalabilità e semplicità d'uso. La struttura del sito si compone di tre principali componenti funzionali:

1. **Frontend Pubblico** - Area accessibile al pubblico per la visualizzazione dei contenuti e delle informazioni.
2. **Backend di Amministrazione** - Interfaccia nativa di WordPress riservata agli amministratori per la gestione del sito.
3. **Area Riservata per Utenti Autorizzati** - Sezione specifica destinata a una categoria di utenti autorizzati per il caricamento e la gestione di eventi, sincronizzata con il backend di WordPress.

La piattaforma è stata progettata per garantire un'integrazione armoniosa tra le diverse aree funzionali, rispettando i principi di modularità e sicurezza. Il frontend pubblico funge da vetrina per i contenuti, offrendo un'esperienza utente ottimizzata e accessibile da dispositivi desktop e mobili.

Per la gestione amministrativa, il backend nativo di WordPress fornisce una struttura solida e intuitiva. Questa area è stata arricchita tramite l'integrazione di plugin sviluppati ad hoc, che ampliano le funzionalità di base senza compromettere la stabilità del sistema. Gli amministratori possono così gestire contenuti, utenti e configurazioni avanzate attraverso un'interfaccia semplice e familiare.

Una componente chiave della piattaforma è l'area riservata destinata a una categoria specifica di utenti autorizzati. Questa sezione è stata sviluppata per consentire il caricamento e la gestione di eventi in modo rapido e sicuro. Grazie a un sistema di autenticazione basato sui ruoli di WordPress, è stato possibile definire permessi granulari, garantendo che ogni utente abbia accesso solo alle funzionalità e ai dati di propria competenza.

Le interazioni tra questa area riservata e il backend sono gestite tramite API interne e meccanismi di sincronizzazione, assicurando che i contenuti caricati dagli utenti vengano immediatamente resi disponibili per la revisione e l'approvazione da parte degli amministratori.

L'intero sistema è stato progettato con un approccio modulare, che facilita l'espansione futura e l'aggiunta di nuove funzionalità, mantenendo al contempo alte prestazioni e sicurezza.

INTEROPERABILITA'

La piattaforma integra tramite API REST i contenuti relativi agli impianti sportivi presenti sul sito di Sport e Salute <https://www.sportesalute.eu/dove-fare-sport.html> e dal sito di informazione turistica Visit Piemonte per quanto riguarda le strutture ricettive.

Nello specifico, i contenuti presenti sul sito di Sport e Salute alimentano la sezione della piattaforma dedicati agli Impianti Sportivi, mentre le strutture ricettive sono state integrate nelle pagine dei Grandi Eventi

b5) WORLD SKATE GAMES

Visit Piemonte, in collaborazione con le ATL Alto Piemonte, Novara e il Distretto Laghi, ha organizzato un press tour riservato a giornalisti selezionati dall'ufficio stampa della Federazione Hockey nazionale. Questo tour è stato concepito con l'obiettivo di far conoscere le eccellenze del territorio piemontese, collegando il tema sportivo agli aspetti turistici e culturali della regione. I giornalisti hanno avuto l'opportunità di scoprire le bellezze naturali e artistiche del Piemonte, con un focus sull'impatto dell'evento sull'economia locale e sul turismo.

Qui di seguito il programma del press tour dal 19 al 21 settembre 2024:

Giovedì 19 settembre

- Arrivo del gruppo nel primo pomeriggio in bus ad Arona (NO), la città del "Sancarlone", sul Lago Maggiore
- Visita alle ore 15:00 della colossale Statua di San Carlo con possibilità di salita alla testa da cui sbirciare il lago attraverso il naso, le orecchie e le vesti del nobile santo Arcivescovo di Milano
- Tappa green a seguire al vicino Parco della Rocca Borromea per godere della meravigliosa vista su Arona, il Castello di Angera e il Lago Maggiore e ammirare i suggestivi resti della fortezza Borromeo. Presso la Rocca presente anche locale bar e ristoro La Corte della Rocchetta per eventuale panoramissima pausa aperitivo.
- A seguire partenza per il Lago d'Orta e check-in in hotel (*Hotel Giardinetto 3*Superior di Pettenasco*)
- Cena presso il ristorante di qualità dell'hotel e pernottamento.

Venerdì 20 settembre

- Colazione in hotel e check-out
- In mattinata visita al centro storico di Orta San Giulio (NO), "Bandiera Arancione" TCI e tra i "Borghi più Belli d'Italia", con guida turistica abilitata e, a seguire, partenza in motoscafo per Isola di San Giulio
- Rientro in motoscafo su Pella (NO) entro le ore 12:00 per partenza in bus per il Novarese
- Ore 13.30 arrivo a Ghemme / Fara Novarese per passeggiata in vigna, visita alla cantina e degustazione presso una Cantina tipica
- Ore 16.30 trasferimento a Novara per passeggiata in città
- Alle 18.00 trasferimento al Pala Igor per assistere alle gare
- Alle 20.00 Cena presso l'Area Vip con prodotti locali proposta e organizzata dalla Coldiretti
- Pernottamento in hotel (*Hotel Camelia 4* di Cameri*)

Sabato 21 settembre

- Ore 9.30 Salita alla Cupola della Basilica di San Gaudenzio

- Alle 11.45 Trasferimento a Vespolate alla Cascina Fornace, per scoprire il ciclo completo della produzione di riso con esperienza in risaia: dalla risaia al sacchetto di riso
- Pranzo tipico in trattoria
- Rientro a Novara per assistere allo show cooking dedicato al riso nell'ambito di Exporice – il Mercato del riso e dei prodotti tipici del territorio
- Rientro alle proprie destinazioni o eventualmente possibilità di assistere alle gare del Campionato Mondiale di Hockey

b6) ATP

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE CON TUTTOSPORT





«La Fillera Corta è il bene di tutti»

La strategia dell'azienda torinese di creare prodotti innovativi per la ristorazione e la vendita al pubblico. La Fillera Corta è un concentrato di gusto e di tradizione.

Piemonte, un concentrato di gusto

Il Piemonte è una regione di grande varietà di prodotti e di tradizioni. La Fillera Corta è un concentrato di gusto e di tradizione.



Il «colpo grosso» 50 Best a Torino

Per la prima volta in Italia il premio più prestigioso che riconosce la qualità e la tradizione della ristorazione è stato assegnato a Torino.

«Sogno uno sport capillare e per tutti»

Il sogno di uno sport capillare e per tutti è quello che ha guidato la creazione di un nuovo sport che unisce la tradizione e l'innovazione.



La Via Francigena è davvero «for all»

La Via Francigena è un percorso che unisce la tradizione e l'innovazione. È davvero «for all».

L'inclusione fa la forza... dello sport

L'inclusione fa la forza dello sport. È un valore che deve essere promosso e sostenuto.



Casa Gusto, viaggio tra eccellenze locali

Casa Gusto è un progetto che unisce la tradizione e l'innovazione. È un viaggio tra eccellenze locali.

«Ora tocca alla Vuelta: non ci fermiamo»

«Ora tocca alla Vuelta: non ci fermiamo». È il motto di chi ha creato un nuovo sport che unisce la tradizione e l'innovazione.

