REGIONE PIEMONTE

PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITÀ' DI PROMOZIONE, ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE TURISTICA

ANNO 2026

Assessorato al Turismo

Direzione Cultura Turismo Sport e Commercio
Settore Valorizzazione turistica e promozione internazionale del territorio

PREMESSA

La legge regionale n. 14/2016, dal titolo "Nuove disposizioni in materia di organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte", all'articolo 3, stabilisce, che la Regione Piemonte elabori uno o più programmi annuali dedicati alla promozione, all'accoglienza e all'informazione turistica.

Tali programmi, di norma articolati in due linee d'intervento, la prima ad attuazione Regionale diretta e la seconda costituita da interventi finanziari a sostegno delle attività svolte dai soggetti del sistema turistico regionale individuati ai sensi della sopraccitata legge, hanno l'obiettivo di favorire lo sviluppo economico e sociale del territorio attraverso la crescita di un turismo sostenibile e responsabile, promuovendo iniziative volte a rafforzare e migliorare la qualità del sistema di accoglienza turistica.

La programmazione delle attività direttamente attuate dalla Regione Piemonte relative alla partecipazione agli eventi fieristici e promozionali, da organizzarsi nel primo semestre 2026 è stata avviata già negli ultimi mesi del 2025.

Al fine di consentirne la realizzazione, alla luce del fatto che in particolare, l'attività fieristica e di organizzazione di eventi promozionali, per sua specifica peculiarità, richiede una pianificazione anticipata di molti mesi per potersi assicurare spazi espositivi e posizionamenti adeguati nell'ambito delle diverse manifestazioni, la Giunta regionale con la deliberazione n. 13-2050 del 22 dicembre 2025 ha approvato nelle more dell'approvazione del Programma 2026 di cui all'articolo 3 della legge regionale n. 14/2016 gli "Indirizzi per l'individuazione delle azioni di promozione turistica in Italia e all'estero da realizzare nel primo semestre 2026".

A fini della redazione del presente programma per l'anno 2026 si è tenuto conto dei seguenti aspetti:

- la definizione per l'anno 2026, degli interventi di sostegno finanziario delle attività realizzate dagli enti e soggetti soggetti del sistema turistico regionale in particolare le Agenzie di accoglienza turistica locale (A.T.L, Consorzi di operatori turistici di rilevante interesse regionale e Associazioni Pro Loco richiede, alla luce dell'entità degli stanziamenti disponibili sul Bilancio regionale per gli anni 2026-2028 al momento dell'approvazione del programma, una revisione complessiva dei criteri per l'assegnazione del suddetto sostegno. Revisione che richiede una disamina approfondita e momenti di confronto con i beneficiari;
- per contro, le attività info-promozionali da attuare direttamente da parte della Regione Piemonte richiedono un celere avvio, in particolare le campagne promozionali estive ed invernali previste nel primo semestre e secondo semestre dell'anno in corso, la partecipazione agli eventi fieristici nazionali ed internazionali del secondo semestre 2026 e la pianificazione della partecipazione regionale agli eventi fieristici del primo semestre 2027, con le relative attività preparatorie, i cui affidamenti di forniture e servizi a supporto della partecipazione a tali eventi devono essere avviati già nel 2026;
- l'Atto di programmazione delle risorse del Fondo Unico Nazionale del Turismo – parte corrente, annualità 2026, approvato con decreto del Ministro del Turismo n. 43830 del 26 marzo 2026, stabilisce, quale condizione vincolante per l'accesso delle Regioni alle risorse finanziarie del Fondo, che le proposte progettuali da candidare al cofinanziamento statale (fino a un massimo del 50% del costo complessivo) siano presentate entro il 31 maggio 2026. Al fine di rispettare tale requisito, le progettualità devono pertanto riguardare interventi già inclusi nella presente programmazione 2026.

Sulla base delle considerazioni sopra esposte il presente programma annuale contempla le azioni di promozione, accoglienza ed informazione turistica realizzabili direttamente dalla Regione Piemonte ai sensi della legge regionale n. 14/2016.

Il programma è articolato nei seguenti capitoli e paragrafi:

- Contesto turistico internazionale, nazionale ed regionale di riferimento. Bilancio dell'anno 2025 e prospettive per il 2026.
- Mercati ed internazionalizzazione del Piemonte.
- Lo scenario nazionale e regionale di riferimento.
- Obbiettivi del Programma 2026.
- Governance e coordinamento del sistema turistico regionale.
- Linee d'intervento per la promozione accoglienza ed informazione turistica anno 2026 realizzabili da Regione Piemonte.
- Disposizioni finali ed attuative

CONTESTO TURISTICO INTERNAZIONALE NAZIONALE E REGIONALE DI RIFERIMENTO: BILANCIO DELL'ANNO 2025 E PROSPETTIVE PER L'ANNO 2026.

Il contesto internazionale

I dati forniti dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UN Tourism)[1] e dal World Tourism Barometer, aggiornati a gennaio 2026, indicano che nel 2025 gli arrivi di turisti internazionali con pernottamento sono cresciuti del 4% rispetto all'anno precedente. Si stima che siano stati registrati **1,52 miliardi di turisti internazionali** in tutto il mondo, quasi **60 milioni in più rispetto al 2024**.

L'Europa è la più rilevante destinazione turistica al mondo, con **793 milioni** di turisti internazionali nel 2025 (+4% rispetto al 2024 e +6% rispetto al 2019). **L'Europa occidentale (+5%)** e l'**Europa mediterranea meridionale** (+3%) hanno registrato una performance solida nel 2025. L'Europa centrale e orientale hanno registrato una forte ripresa (+6%), ma gli arrivi sono ancora inferiori del 9% rispetto ai livelli 2019.

Tra le migliori performance in Europa figurano: Islanda (+29%), Uzbekistan (+14%), Norvegia (+13%), Cipro (+12%) e Macedonia del Nord (+10%).

I Paesi Bassi hanno registrato una crescita del 5% negli arrivi internazionali, mentre Spagna e Austria hanno registrato un aumento del 3%.

Le Americhe (**218 milioni**) hanno registrato una crescita dell'1% lo scorso anno. Dopo un primo semestre forte, la regione ha registrato lievi cali nel terzo e quarto trimestre, in parte dovuti ai **deboli risultati degli Stati Uniti**.

Il Sud America (+7%) e l'America Centrale (+5%) hanno guidato la crescita, mentre alcune destinazioni nei Caraibi (+0%) sono state colpite dall'uragano Melissa.

Il **Brasile** ha registrato un aumento del 37% degli arrivi nel 2025. Il **Messico**, la seconda destinazione più importante della regione dopo gli Stati Uniti, ha registrato un aumento del 6% dei visitatori internazionali nei primi undici mesi del 2025. Hanno registrato una solida crescita: Curaçao (+13%), Guatemala (+8%), Honduras, El Salvador (entrambi +7%).

L'Africa (**81 milioni**) ha registrato un aumento dell'8% degli arrivi nel 2025, con risultati particolarmente positivi in Nord Africa (+11%).

Il **Marocco**, la destinazione più visitata dell'Africa, ha accolto il 14% di arrivi internazionali in più nel2025, raggiungendo quasi la soglia dei 20 milioni. Sudafrica (+19%), Etiopia (+15%), Seychelles (+13%), Tunisia e Sierra Leone (entrambe +10%) sono stati tra i Paesi con le migliori performance.

Il Medio Oriente ha registrato una crescita del 3% nel 2025 (+39% rispetto ai livelli pre-pandemia). La regione ha raggiunto la soglia dei**100 milioni** di visitatori internazionali.

L'**Egitto** ha registrato la crescita più elevata degli arrivi nei primi dodici mesi del 2025 (+20%), seguito da Giordania (+12%) e Qatar (+4%).

Gli arrivi in Asia e Pacifico (**331 milioni**) sono cresciuti del 6% lo scorso anno (-9% rispetto al 2019). L'Asia nord-orientale ha guidato la performance con una crescita del 13% nel 2024, mentre l'Asia meridionale ha recuperato i livelli pre-pandemia.

Bhutan (+30%), Sri Lanka (+17%) e Maldive (+10%) sono state le destinazioni più dinamiche della regione. Anche le grandi destinazioni **Giappone** (+17%) e **Corea** (+15%) hanno registrato una crescita a

[1]Fonte: World Tourism Organization (2025),World Tourism Barometer, volume 24, issue 1, January 2026, UN Tourism Madrid

due cifre.

I grandi eventi internazionali come le Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026 e la Coppa del Mondo FIFA 2026 (Canada, Stati Uniti e Messico) hanno contribuito in maniera sensibile ai viaggi internazionali.

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO, ora UN Tourism),le proiezioni per il 2026 si inseriscono un contesto di crescente interesse della domanda turistica **internazionale alle esperienze sostenibili ed autentiche, al benessere anche grazie all'uso della tecnologia e della digitalizzazione.**

I modelli di viaggio globali stanno tuttavia subendo una rapida ricalibrazionea causa della crisi geopolitica che coinvolge Iran, Israele e Stati Uniti d'America. L'escalation del conflitto in Medio Oriente interrompe le rotte aeree, e comunque ha portato a restrizioni sullo spazio aereo in parti del Medio Oriente, compresi gli Emirati Arabi Uniti, l'Arabia Saudita e il Qatar riducendo la fiducia dei consumatori e costringendo i vacanzieri a ripensare i propri piani.

Anche se il conflitto non coinvolge direttamente l'Europa, le conseguenze si manifestano rapidamente attraverso il sistema dei trasporti internazionali, i mercati energetici ed il comportamento dei viaggiatori.

L'interruzione ha innescato un chiaro cambiamento nelle preferenze di destinazione. Lastminute.com ha segnalato una crescente domanda per alternative europee, incluse le Isole Canarie e Baleari in Spagna, oltre a mete italiane come Sicilia e Sardegna. I dati dell'intero settore suggeriscono che questa tendenza sta guadagnando slancio.TUI Group, il più grande tour operator d'Europa, ha dichiarato all'inizio del mese che la domanda è aumentata per destinazioni quali Spagna, Portogallo, Grecia e Capo Verde.

Il contesto nazionale.

I dati sul **turismo in Italia nel 2025** confermano la centralità del settore per l'economia nazionale, con un contributo significativo al PIL e all'occupazione. Le previsioni indicano un pieno recupero dei livelli pre-pandemia per gli arrivi internazionali, superando le stime globali.

Le presenze sul territorio italiano nel 2025 superano i **479 milioni di turisti** con un incremento del 3% rispetto all'anno precedente.

La permanenza media del turista in Italia nel 2025 è **di 3,5 notti contro le 3,3 del 2024.**

La spesa turistica complessiva nel 2025 **è di 185 miliardi di euro** di cui **60,4 miliardi di euro quella dei visitatori stranieri.**

Contributo economico e occupazionale: Il contributo diretto, indiretto e indotto è stimato intorno a **237,4 miliardi di euro** nel 2025 (circa il 10% del PIL), impiegando circa **3,2 milioni di persone** (l'11% del totale occupati).

Flussi turistici:

L'estate 2025 ha registrato un'elevata affluenza, con un picco di 25 milioni di turisti solo ad agosto. Per quanto riguarda specificamente gli **arrivi internazionali**, le stime indicano un numero di circa **60 milioni** di arrivi internazionali per l'intero anno, in forte crescita.

Provenienza: i turisti stranieri rappresentano una quota significativa delle presenze totali, contribuendo a circa il 60% del totale. Nel primo trimestre del 2025, le presenze straniere sono cresciute dello 0,6%,

mentre quelle dei residenti in Italia hanno mostrato un leggero calo.

Se si considera l'intero periodo estivo, aggiungendo alle stime del trimestre luglio-settembre quelle del mese di giugno, il bilancio della stagione turistica si chiude con un lieve incremento degli arrivi (+0,2%) e una crescita significativa delle presenze, aumentate del 4% rispetto all'estate 2024.

Complessivamente, alla crescita dei flussi turistici nel periodo estivo ha contribuito esclusivamente la clientela straniera, la quale, rispetto al medesimo periodo del 2024, è cresciuta del 4,3% in termini di arrivi e dell'8,3% in termini di presenze; gli arrivi dei clienti italiani, invece, sono diminuiti (-4,8%) e le presenze sono rimaste sostanzialmente stabili (-0,8%).

In estate più della metà dei clienti delle strutture ricettive italiane sono turisti provenienti dall'estero, i quali in proporzione rappresentano una quota di mercato crescente rispetto all'anno precedente: 54,7% nell'estate 2025 contro il 52,5% del 2024, a conferma che la ripresa del turismo in Italia negli ultimi anni è da attribuire in gran parte all'attrattività turistica del nostro Paese[2].

La guerra in Iran nel 2026 tuttavia genera un forte impatto sul turismo, con perdite nel settore organizzato stimate in quasi 100 milioni di euro. Si osserva una ridistribuzione dei flussi turistici, con la cancellazione di migliaia di voli e la crescita del turismo domestico (87% degli italiani considera questa opzione). Il conflitto provoca un clima di paura e incertezza che ridisegna le rotte internazionali.

Il conflitto in Medio Oriente altera l'intero sistema di collegamenti tra Europa, Asia e Africa. La riduzione delle rotte sicure, la riorganizzazione degli hub e l'aumento dei tempi di percorrenza rendono il viaggio più costoso e meno prevedibile.

Questo fenomeno penalizza in particolare il turismo long-haul e quello ad alta capacità di spesa, che privilegia affidabilità, comfort e semplicità logistica. L'effetto non è immediato nei numeri complessivi, ma emerge nel calo della permanenza media, nella riduzione dell'ADR (Average Daily Rate) e nella contrazione dei servizi accessori.

Il primo effetto di una tensione strutturale sui voli dovuta al "jet fuel" non è necessariamente la cancellazione massiva delle tratte. È la volatilità. Un effetto che si manifesta con segnali precisi: ritmi di prenotazione meno leggibili, maggiore concentrazione sotto data, oscillazioni più accentuate della domanda, minore affidabilità dei dati storici, aumento della pressione competitiva. Paradossalmente si potranno avere più turisti, più presenze in quanto l'Europa e l'Italia sono considerate mete sicure ma generanti meno valore economico .

Propensione a Viaggiare: La propensione degli italiani a viaggiare rimane solida, con oltre la metà che prevede di fare viaggi sia in Italia che all'estero. È una nuova geografia turistica quella che emerge, dopo lo scoppio del conflitto tra Iran, Israele e Usa, dall'aggiornamento dell'Osservatorio[3], secondo cui, oltre all'annullamento pressoché totale del Medioriente, soffrono in particolare l'Egitto (45%) e la Turchia (37,8%). Non recupera posizioni neanche il Nord America, la destinazione Usa resta molto sottotono (10,5%), contrariamente a quello che ha da sempre rappresentato per il turista italiano. Pur non riuscendo a compensare i cali sulle destinazioni penalizzate, risultano in crescita soprattutto: Italia (57,7%); Europa

[2]Fonte: https://www.ministeroturismo.gov.it/estate-2025

[3]Fonte: Adnkronos-Indagine Osservatorio Aidit Federturismo Confindustria, realizzato il 21 aprile 2026, su un campione di 336 agenzie di viaggio distribuite su tutto il territorio nazionale

– short break – 18,1%; crociere 12,9%. Si consolida quindi una scelta orientata a prossimità e stabilità percepita.

Tre eventi principali sono destinati a influenzare significativamente i flussi turistici nel 2026:

XXV Giochi Olimpici Invernali Milano-Cortina 2026: Questo evento ha generato un'attrattività complessiva estremamente elevata per le località coinvolte (Milano, Cortina, Anterselva, Bormio, Livigno, ecc.). Si stima che l'indotto economico diretto e indiretto per i settori coinvolti sarà di miliardi di euro, con un notevole afflusso di visitatori legati agli eventi sportivi.

Giubileo 2025: Sebbene si sia svolta l'anno prima, l'eredità del Giubileo continuerà ad avere un impatto positivo sulle presenze turistiche a Roma e nelle aree circostanti anche nel 2026.

Le ATP Finals 2026, che si terranno nuovamente a **Torino**, dal 15 al 22 novembre 2026, porteranno con alta probabilità un **ulteriore incremento di turisti** in Piemonte e in Italia.

Le Nitto ATP Finals 2025 a Torino hanno registrato numeri record con quasi 230.000 presenze all'Inalpi Arena e un impatto economico stimato vicino ai 600 milioni di euro. L'evento ha visto una forte prevalenza di spettatori italiani (circa l'82%) e un incremento del 30% dei visitatori totali rispetto alle edizioni precedenti[4]

La vacanza degli italiani si è evoluta in modo significativo, diventando sempre più digitalizzata e sostenibile, rispondendo alle nuove esigenze dei viaggiatori e alle sfide ambientali.

Digitalizzazione del turismo

In sintesi, il 2026 si prospetta come un anno di consolidamento e ulteriore sviluppo per il turismo in Italia, con una forte spinta dagli eventi internazionali e da una domanda diversificata.

1. **Pianificazione online**: Le prenotazioni di voli, hotel e attività tramite piattaforme digitali sono ormai la norma. I turisti utilizzano app e portali per confrontare prezzi, trovare soluzioni eco-friendly e personalizzare la propria esperienza. Strumenti come intelligenza artificiale ed algoritimi di prenotazione offrono esperienze su misura.
2. **Tecnologie avanzate**: Realtà aumentata e virtuale permettono di esplorare le destinazioni in anteprima o migliorare le visite sul posto (ad esempio nei musei, parchi naturali, siti archeologici) mentre strumenti digitali semplificano la logistica dei viaggi, come i pagamenti contactless e i check-in automatizzati.
3. **Esperienze integrate**: I visitatori possono accedere a guide virtuali, percorsi interattivi e informazioni in tempo reale, migliorando la fruibilità delle attrazioni turistiche e riducendo la necessità di materiale cartaceo.

Sostenibilità crescente

[4]Fonte:Dati forniti da Fitp (Federazione Italiana Tennis e Padel)

1. **Trasporti ecologici**: Molti turisti scelgono mezzi di trasporto a basso impatto ambientale, come treni ad alta velocità, biciclette e auto elettriche, supportati da infrastrutture sempre più diffuse.
2. **Strutture eco-friendly**: Gli alloggi green, come agriturismi e hotel con certificazioni ambientali, stanno guadagnando popolarità grazie al loro impegno per la sostenibilità energetica e la riduzione dei rifiuti. Sempre più in uso sensori ed IoT per l'uso intelligente delle risorse energetiche nelle strutture ricettive.
3. **Riduzione del consumo di risorse**: Attraverso soluzioni digitali, come biglietti elettronici e mappe virtuali, si minimizza l'impatto ambientale, rendendo le vacanze più rispettose dell'ecosistema.
4. **Sostegno alle economie locali**: Il turismo esperienziale, come visite a piccoli borghi, degustazioni di prodotti locali e partecipazione a eventi tradizionali, è in aumento. I viaggiatori cercano autenticità e vogliono contribuire direttamente al benessere delle comunità che visitano.
5. **Iniziative di sostenibilità nelle città d'arte**: Città come Venezia hanno implementato politiche per gestire il turismo di massa, introducendo un contributo d'accesso al centro storico per promuovere un turismo più responsabile. Inoltre, molte destinazioni stanno incentivando l'uso dei trasporti pubblici investendo in infrastrutture sostenibili.

Questa combinazione di digitalizzazione e sostenibilità non solo migliora l'esperienza del viaggiatore, ma contribuisce anche a promuovere un turismo più responsabile e rispettoso dell'ambiente, posizionando l'Italia come leader in questo nuovo paradigma.

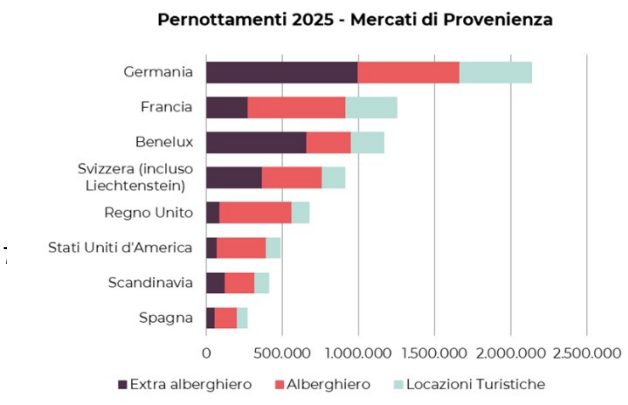
I numeri del turismo in Piemonte nel 2025

Il Piemonte consolida la sua crescita nel turismo e conferma la traiettoria positiva degli ultimi anni. Secondo i dati elaborati dall'Osservatorio regionale e presentati il 9 aprile 2026, l'anno turistico 2025 chiude registrando oltre 6 milioni e 730 mila arrivi e 18 milioni e 170 mila pernottamenti, generando un incremento del 7,1% di arrivi e del 7,5% di presenze.

Rispetto al 2024, aumentano maggiormente i movimenti turistici dall'estero: +8,9% di arrivi e +8,0% le relative presenze.

Per i pernottamenti, si conferma maggioritaria la quota del mercato estero pari al 53%, confermando il trend di internazionalizzazione avviato dal post pandemia, quando nel 2023, per la prima volta aveva superato la quota nazionale che ora si ritrova al 47%.

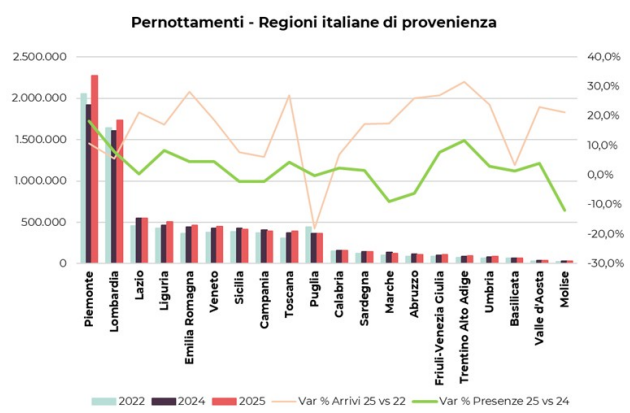
L'area di riferimento della domanda estera per il Piemonte è ancora principalmente quella europea: la Germania, al primo posto per arrivi e pernottamenti; i turisti tedeschi aumentano sia negli arrivi che nei pernottamenti del 3,6% rispetto



al 2024. A seguire, crescita più decisa per la Francia, con oltre +10% di movimenti e molto buona quella del Benelux - +6,2% e +6,5% di arrivi e presenze rispettivamente. Crescono arrivi e presenze dalla Svizzera (+4,5% e +3,8% rispettivamente). In quinta posizione il Regno Unito, che conferma il recupero avviato l'anno scorso, riportando il valore degli arrivi oltre il periodo pre-pandemico: +10,3% e +4,9% di arrivi e presenze rispettivamente.

In sesta posizione gli Stati Uniti che registrano ancora una crescita a doppia cifra percentuale dei movimenti: +14,1% di arrivi e +18,6% di presenze rispetto all'anno precedente.

Infine, la Scandinavia con +11,6% di arrivi e +12,7% di presenze, e la Spagna con +14,9% di arrivi e +11,0% di pernottamenti.



Anche il turismo nazionale è cresciuto rispetto all'anno precedente: gli arrivi aumentano del 5,6% e le presenze del 7,1%; superati di oltre il 10% i movimenti italiani del 2022.

Piemonte e Lombardia sono sempre le principali regioni di provenienza. Cresce nuovamente il turismo interno, e crescono i movimenti turistici dalle prime cinque regioni italiane di provenienza che insieme costituiscono circa il 70% dei movimenti del bacino nazionale.

Fra le regioni con oltre 500mila pernottamenti, da segnalare le performance di Lombardia e Liguria, che superano i movimenti del 2024 di circa l'8%.

Analizzando la distribuzione per settore ricettivo, **si evidenzia la continua crescita dei movimenti turistici registrati nelle locazioni turistiche** (+21,0% negli arrivi e +22,6% nelle presenze) con una quota di arrivi che passa dal 12% del 2024 al 14% del 2025 e una quota di pernottamenti che passa dal 15% del 2024 al 17% del 2025.

Dal focus sulle aree-prodotto del territorio piemontese emerge che:

- Torino e la prima cintura, nel 2025, superano i 6milioni di pernottamenti: in particolare, registrano 2.437.136 di arrivi e 6.113.536 di presenze con un forte incremento complessivo dei movimenti pari al +6,2% rispetto al 2024; nel mese di agosto si evidenzia +20,8% di pernottamenti;
- rispetto al 2024, crescita anche per la montagna estiva: +14,3% di arrivi e +17,4% di presenze con valori pari a 668.369 e 1.927.008 rispettivamente; molto positiva la stagione invernale 2024/2025: +8,9% di arrivi e +9,7% di pernottamenti che, in termini di arrivi, si posiziona come la migliore degli ultimi 10 anni con un valore di 441.331; i pernottamenti raggiungono 1.463.682;
- consuntivo in crescita per il 2025 delle colline piemontesi che registrano un aumento negli arrivi dell'8,3% e del 9,2% nelle presenze rispetto all'anno precedente, raggiungendo 1.153.759 arrivi e 2.576.775 presenze;
- nel periodo estivo 2025, il prodotto lago raggiunge 985.008 arrivi e 3.642.004 presenze: risultato in crescita del 6,1% per gli arrivi e del 5,0% per i pernottamenti. La componente estera, predominante in

questo territorio, continua a generare circa l'88% dei pernottamenti e risulta in crescita del 5,1% negli arrivi e del 4,8% nelle presenze rispetto all'estate 2024.

Dalla distribuzione dei movimenti turistici per settore ricettivo, emerge che, per il territorio di Torino e prima cintura, il settore alberghiero ospita il maggior numero di pernottamenti - 58% del totale presenze - così come per la montagna - 48,4%; mentre per il territorio dei laghi e delle colline è il comparto extra alberghiero ad ospitare il numero maggiore di pernottamenti: 45,7% e 43% rispettivamente.

Valutando l'andamento dei movimenti turistici nei territori di competenza delle Agenzie Turistiche Locali (ATL), risulta che quasi tutte le aree territoriali hanno incrementato i movimenti rispetto all'anno precedente:

Anno	2022		2024		2025		2025 vs 2024	
ATL	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**	**Arrivi**	**Presenze**
ATL Turismo Torino e Provincia	2.544.181	6.628.353	2.889.506	7.584.714	3.084.660	8.216.454	6,8%	8,3%
ATL del Distretto Turistico dei Laghi	1.250.834	4.330.927	1.378.365	4.667.667	1.457.550	4.932.057	5,7%	5,7%
ATL Langhe Monferrato Roero	618.894	1.368.585	694.305	1.546.542	761.274	1.731.116	9,6%	11,9%
ATL Terre dell'Alto Piemonte	450.207	1.027.004	532.378	1.207.135	566.669	1.270.101	6,4%	5,2%
ATL di Cuneo	366.674	914.492	420.896	1.078.830	470.577	1.177.353	11,8%	9,1%
ATL di Alessandria	320.280	676.543	370.701	813.026	392.485	845.659	5,9%	4,0%
Totale	**5.551.070**	**14.945.904**	**6.286.151**	**16.897.914**	**6.733.215**	**18.172.740**	**7,1%**	**7,5%**

- superati i 3milioni di arrivi e gli 8milioni di pernottamenti sul territorio dell'ATL di Turismo Torino e Provincia che è il territorio che accoglie il maggior numero di movimenti della regione: in particolare, l'area registra oltre 3milioni e 84mila arrivi e oltre 8milioni e 216mila presenze con una crescita pari a +6,8% di arrivi e +8,3% di presenze rispetto al 2024;
- il Distretto Turistico dei Laghi supera 1milione e 457mila arrivi e 4milioni e 932mila pernottamenti con una crescita del 5,7% dei movimenti complessivi;
- le Langhe Monferrato Roero registrano oltre 761mila arrivi e oltre 1 milione e 731mila presenze, con una crescita del 9,6% di arrivi e dell'11,9% di presenze rispetto al 2024 con l'aumento percentuale più alto dei pernottamenti fra le varie destinazioni della regione;
- positivo il risultato del territorio dell'ATL Terre dell'Alto Piemonte che, con oltre 566mila arrivi e oltre 1 milione e 270mila presenze, è in crescita rispetto al 2024: +6,4% di arrivi e +5,2% di presenze;
- l'ATL del Cuneese rileva la crescita percentuale maggiore degli arrivi: con più di 470mila arrivi e oltre 1 milione e 177mila presenze, è in aumento dell'11,8% di arrivi e del 9,1% di pernottamenti rispetto al 2024;

- Alexala consuntiva oltre 392mila arrivi e quasi 846mila presenze, in crescita rispetto al 2024 del 5,9% di arrivi e del 4,0% di presenze.

Il monitoraggio delle recensioni on-line per il 2025[5] conferma la valutazione positiva del prodotto turistico regionale. Il sentiment del periodo per il "prodotto" Piemonte nel suo complesso - ricettività, affitti brevi, ristorazione, attrazioni, trasporti e intrattenimento - è pari a 86,5/100, più positivo rispetto al totale Italia pari a 86,2/100. Guardando nello specifico al comparto ricettività il valore del sentiment per il Piemonte è pari a 84,8/100 vs 84,2/100 dell'Italia e migliora di 0,2 punti rispetto alla valutazione dell'anno precedente.

Per quanto riguarda le aree prodotto piemontesi, il valore del sentiment per la filiera ricettiva risulta:

per il prodotto lago è pari a 83,9/100, in crescita di +0,4;

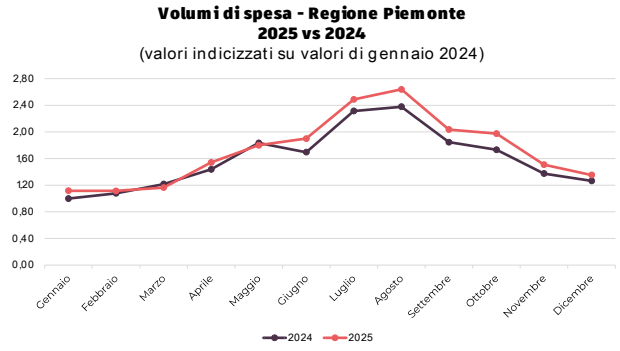
per la montagna è pari a 86,3/100, in crescita di +0,1;

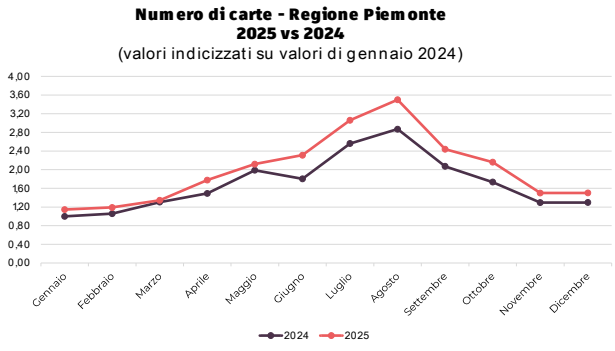
per le colline è pari a 88,7/100, in crescita di +0,2;

per Torino e prima cintura è pari a 82,2/100, in crescita di +0,2.

Il monitoraggio della spesa effettuato attraverso le transazioni in loco con carte di credito straniere[6] conferma l'aumento della fruizione turistica del territorio da parte del turismo estero e ci permette di valutare il peso di questa componente di impatto economico diretto.

Le due dimensioni analizzate presentano indicatori con valori maggiori rispetto all'anno precedente: +7,6% di volumi di spesa per un totale di circa 970 milioni di euro per la sola quota monitorata; +17,5% di numero di carte (visitatori unici); all'aumento del volume di spesa e alla crescita del numero di carte si affianca però una contrazione della spesa media per carta di credito che si attesta a circa 153€. Guardando all'andamento mensile 2025, emerge che il mese con il maggior aumento percentuale del volume di spesa è il mese di ottobre, mentre per il numero di carte è il mese di giugno.





La Francia è il primo mercato per volume di spesa, seguita da Svizzera, UK e Germania.

L'analisi della spesa effettuata per aree prodotto evidenzia che:

[5] Fonte: elaborazione dell'Osservatorio Turistico della Regione Piemonte – Visit Piemonte su base dati D / AI Destinations – The Data Appeal Company | Periodo di riferimento dell'analisi 01/01/2025 – 31/12/2025.

n.d.r. Il valore del sentiment e relativa variazione sono stati calcolati attraverso l'algoritmo aggiornato a giugno 2025 di D/AI che ha introdotto evoluzioni di AI nell'analisi semantica delle recensioni migliorando l'interpretazione del testo: complessivamente per un medesimo perimetro di analisi si può rilevare un valore di sentiment minore rispetto a precedenti pubblicazioni generalizzato su tutto il territorio regionale e nazionale pur in presenza di un miglioramento della valutazione.

[6] Fonte: elaborazione Osservatorio Turistico della Regione Piemonte – Visit Piemonte su base dati VISA – dati aggregati e anonimizzati.

- per il prodotto lago, si registra una crescita sia in termini di volumi di spesa, sia per numero di carte in confronto al 2024: rispettivamente, +12,8% e +15,7%. L'aumento è distribuito principalmente nei mesi centrali dell'anno e nei settori hotel e resort (36%) e ristoranti e locali notturni (30%);
- per le colline, si rileva un aumento del 2,2% dei volumi di spesa e del 13,2% del numero di carte. Se il numero di carte raggiunge il suo picco nei mesi di luglio e agosto, in termini di volumi di spesa risultano molto interessanti anche i mesi autunnali. I principali settori merceologici di spesa in quest'area sono abbigliamento e accessori (48%) – riconducibile alla presenza degli outlet – ristoranti e locali notturni (13%) e, a pari quota, con l'8% hotel e resort e negozi food & beverage;
- il prodotto montagna, in termini di volumi di spesa, registra il picco nei mesi di febbraio e agosto e una crescita su base annua del 18,6% rispetto al 2024, ma un numero di carte notevolmente più elevato in tutto il periodo estivo con una crescita complessiva sull'anno di pari percentuale (18,6%), evidenziando come la spesa media sia maggiore nella stagione invernale e i volumi di spesa si concentrino principalmente su ristoranti e locali notturni (29%), seguiti da hotel e resort (15%) e negozi food & beverage (13%);

per Torino e prima cintura, emerge una crescita in termini di volumi di spesa (+14%), e del numero di carte (+27,3%) Come principali settori merceologici di spesa, si evidenziano ristoranti e locali notturni (22%) e abbigliamento e accessori (16%).

MERCATI ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL PIEMONTE

L'incremento dei flussi turistici internazionali resta un obiettivo di primaria importanza per il Piemonte, a fronte della maggior capacità di spesa dei turisti provenienti dai mercati esteri tradizionali.
Il contesto internazionale influisce sul turismo globale causando instabilità.
Dopo l'attacco degli Stati Uniti e di Israele in Iran, non solo è stata registrata la più grande interruzione del trasporto aereo degli ultimi anni, ma tra cancellazioni e rientri anticipati si stima che entro 30 giorni si possano arrivare ad oltre 3.500 disdette tra pacchetti e servizi, per circa 6,4 milioni di euro di mancati introiti. La perdita riguarda sia le rinunce al viaggio sui pacchetti già acquistati che dalle proposte all inclusive programmate verso le destinazioni a maggior rischio sicurezza e che resteranno invendute.
Ogni anno verso i Paesi indirettamente coinvolti nelle azioni militari - Emirati Arabi Uniti, Bahrein, Giordania, Arabia Saudita e, in misura minore, Oman - viaggiano oltre 610mila italiani e circa 60mila di loro si avvalgono dei servizi di Tour operator e agenzie di viaggio. Con l'intensificarsi delle azioni militari, l'intera area ha subito un'improvvisa escalation con un impatto immediato sulla sicurezza e sulla logistica dei viaggi, a partire dalla chiusura degli spazi aerei e dalle conseguenti cancellazioni di numerosi voli».
Il Medio Oriente ha dimostrato di essere una delle mete favorite dai turisti "wealthy" alla ricerca di mete sempre più esclusive. Dai cinque Paesi coinvolti dagli effetti iniziali del conflitto si registrano mediamente oltre 170mila arrivi annui e più di 2,5 milioni di pernottamenti. Primeggia Dubai che nel 2025 ha accolto ha quasi sfondato il tetto dei 20 milioni di viaggiatori internazionali tra milionari, influencers e visitatori. Una costante crescita costretta ad interrompere la propria corsa.
Per le prenotazioni già pianificate le imprese del turismo organizzato si trovano a gestire criticità legate ad

annullamenti dei voli, rinunce al viaggio e possibili scoperture assicurative connesse a instabilità politica o atti di guerra». L'ondata di annullamenti e di riprotezioni sembra destinata a non arrestarsi, causando un grande numero di perdite per il settore.

L'aumento dei costi e l'indebolimento della fiducia dei consumatori incidono negativamente sulla propensione ai viaggi a lungo raggio, tuttavia il turismo mostra resilienza con una crescita generale degli arrivi e un'attenzione crescente per il turismo sostenibile o esperienziale.

Un obiettivo specifico è spesso quello di attrarre visitatori da mercati europei consolidati come la *Germania, la Svizzera e la Francia,* ma anche da mercati emergenti come gli *Stati Uniti e l'Asia*, al fine di diversificare i mercati di origine dei turisti, puntando sulle eccellenze riconosciute a livello mondiale come i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, patrimonio UNESCO. Tuttavia l'attuale crisi internazionale potrebbe compromettere l'effetto positivo delle azioni promozionale sui mercati emergenti e le scelte finali dei turisti.

Gli interventi previsti nel programma riguardano i mercati nazionale ed estero. I mercati internazionali di riferimento sono stati individuati sia sulla base dei dati relativi ai flussi turistici verso il Piemonte nell'ultimo decennio, sia sulla base dei trend di crescita internazionali dell'outgoing per selezionare i nuovi mercati emergenti di interesse per la regione, oltre che ad un confronto con le strategie nazionali di Enit e del Ministero del Turismo.

LO SCENARIO INTERNAZIONALE, NAZIONALE E REGIONALE DI RIFERIMENTO PER LA PROGRAMMAZIONE.

Il Consiglio d'Europa ha adottato in data 1 dicembre 2022 **l'Agenda Europea per il Turismo 2030** che fissa la tabella di marcia fino al 2050 per lo sviluppo di un ecosistema turistico europeo sostenibile, innovativo e resiliente. In questo contesto l'Italia attraverso **il Piano Strategico del Turismo 2023- 2027** intende promuovere a livello europeo un'offerta turistica, compatibile con l'ambiente e con un utilizzo sostenibile dello stesso declinando in continuità gli orientamenti espressi sotto la guida della Presidenza indonesiana G20 nelle "Linee Guida di Bali sul rafforzamento delle comunità e delle micro- piccole-medie-imprese come agenti per la trasformazione del turismo". Gli orientamenti del G20 Bali sono volti a "rafforzare le comunità e le MPMI in qualità di agenti di trasformazione del turismo", ponendo particolare attenzione alle nazioni in via di sviluppo e alle piccole e medie imprese.

La Commissione europea inoltre con propria **Comunicazione 2023/C263/01 del 26 luglio 2023 dal titolo "Verso uno spazio comune europeo di dati per il turismo: promuovere la condivisione dei dati e l'innovazione in tutto l'ecosistema del turismo"** ha pubblicato gli indirizzi per realizzare uno spazio comune europeo di dati per il turismo. Questo spazio di dati consentirà alle imprese del settore turistico e agli enti pubblici di condividere un'ampia gamma di dati per orientare lo sviluppo di servizi turistici innovativi, come pure di migliorare la sostenibilità dell'ecosistema turistico e di rafforzarne la competitività economica.

Il Programma annuale delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica per l'anno 2026 è

redatto ai sensi della **Legge regionale n. 14 dell'11 luglio 2016 "Nuove disposizioni in materia di** organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte". Art. 3 (Programmazione) in coerenza con il **Piano Strategico del Turismo 2023-2027** approvato con Delibera del Consiglio dei Ministri del 17 luglio 2023.

Obiettivi generali del Piano Strategico del Turismo 2023-2027 sono i seguenti:

1) Innovare, integrare e specializzare l'offerta nazionale.
2) Accrescere la competitività del settore turistico.
3) Sviluppare un marketing efficace ed innovativo
4) Realizzare una governance efficiente e partecipata

Il **Piano Strategico del Turismo 2023-2027** si basa sui seguenti cinque Pilastri strategici:

Governance.

Innovazione.

Qualità ed inclusione.

Formazione e carriere professionali turistiche.

Sostenibilità.

I pilastri del Piano nazionale trovano declinazione attraverso i seguenti ambiti strategici: Turismo organizzato, fiere e Mice, accessibilità e mobilità turistica, turismo culturale, strutture ricettive, turismo leisure e turismo di alta gamma.

Altri documenti programmatici regionali di riferimento per la redazione del Programma annuale:
- Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR) 2026 – 2028 approvato dal Consiglio Regionale con atto deliberativo n. 139-1545 del 26 gennaio 2026 (nota di aggiornamento approvata con deliberazione 40-1730 del 27 gennaio 2026). Tale documento definisce, sulla base di valutazioni sullo stato e sulle tendenze della situazione economica e sociale internazionale, nazionale e regionale, il quadro di riferimento per la predisposizione dei bilanci pluriennale e annuale e per la definizione e attuazione delle politiche della Regione;
- D.G.R n. 2-5313 del 8 luglio 2022 "D.Lgs. 152/2006, articolo 34. Delibera CIPESS 108/2017. DGR 3-7576 del 28 settembre 2018 DGR n. 1-2513 del 11 dicembre 2020. Approvazione della Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile del Piemonte";

- la Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSvS) è lo strumento operativo utilizzato dalla Regione Piemonte per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 e della Strategia Nazionale. La SRSvS permea tutta la programmazione regionale per costruire, orientare e definire le

politiche e le azioni finalizzate alla crescita economica in armonia con l'integrità degli ecosistemi e con l'equità sociale;

- la D.G.R. 1-6542 del 27 febbraio 2023: "Approvazione del primo documento di Strategia Regionale per lo sviluppo delle Montagne del Piemonte". Strumento di attuazione della legge regionale n.14/2019 e della Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile, si propone di garantire la vivibilità e la residenzialità mediante un'adeguata attività di promozione, tutela e valorizzazione del territorio montano orientando le politiche e le risorse, costruendo una governance multi-livello, integrando le politiche e le programmazioni regionali, intervenendo sulle tendenze di marginalizzazione, salvaguardando il territorio e la valorizzazione delle risorse culturali e delle tradizioni locali;

- la DGR 4 agosto 2025, n. 12-1462 Legge regionale n. 16/2008, articolo 3, comma 2. Approvazione del "Programma triennale 2025-2027 di valorizzazione del patrimonio tartufigeno regionale" e del Piano di attività 2025 attuativo della prima annualità;

- la D.G.R. 14-6571 del 6 marzo 2023. Piano Regionale della Mobilita' e dei Trasporti (PRMT), di cui alla D.C.R. 256-2458 del 16.01.2018. Adozione del "Piano regionale della Mobilita' delle Persone (PrMoP) e Piano regionale della Logistica (PrLog). Le Azioni al 2030", ai sensi delle leggi regionali n. 1/2000 e n. 8/2008 e approvazione del Rapporto ambientale ai sensi della legge regionale 40/1998. Ha il compito di fornire alla pubblica amministrazione gli strumenti adeguati per fronteggiare, in una logica di anticipazione e non di emergenza, le nuove esigenze di cittadini e imprese fissando su un orizzonte temporale di lungo periodo, fissa le linee guida per lo sviluppo del settore e gli obiettivi da raggiungere al 2020, 2030 e 2050;

- la D.G.R. 35-6638 del 21 marzo 2023. L. 2/2018. Piano Generale Mobilità Ciclistica urbana ed extraurbana 2022-2024 (D.M. 23/08/2022). L.R. 33/1990. Promozione della bicicletta, attraverso la realizzazione di rete di piste e percorsi ciclabili. Approvazione documentazione tecnica e disposizioni per l'istituzione delle Strutture operative regionali tematiche, in coerenza con la D.G.R. 14-6571 del 06.03.2023. Previsto dalla legge n. 2/2018, articolo 5, e strumento tecnico di riferimento per l'attuazione, della sopraccitata D.G.R. 14-6571 del 6 marzo 2023, il piano regionale della mobilità ciclistica individua gli interventi da adottare per promuovere l'uso della bicicletta come mezzo di trasporto sia per le esigenze quotidiane sia per le attività turistiche e ricreative nel territorio regionale e per conseguire le altre finalità della presente legge;

- il Piano Paesaggistico Regionale (Ppr) approvato con la deliberazione del Consiglio regionale n. 233-35836 del 3 ottobre 2017 sulla base dell'Accordo, firmato a Roma il 14 marzo 2017 tra il Ministero per i beni e le attività culturali e la Regione Piemonte, è uno strumento di tutela e promozione del paesaggio piemontese, rivolto a regolarne le trasformazioni e a sostenerne il ruolo strategico per lo sviluppo sostenibile del territorio;

- il Documento strategico unitario per la programmazione dei Fondi europei 2021-2027 approvato con Deliberazione del Consiglio Regionale n. 159 del 7 settembre 2021 e i relativi **Programmi regionali FESR e FSE 2021 -2027** rispettivamente approvati con Decisione C(2022) 7270 del 7 ottobre 2022 e con Decisione C (2022) del 18 luglio 2022;

- il Programma Regionale FESR del Piemonte per il periodo di programmazione 2021-2027 approvato con la decisione C(2022) 7270 del 7 ottobre 2022, da ultimo modificata dalla decisione C(2026) 1663 del 9 marzo 2026. Il Programma regionale articolato in nove priorità prevede nell'ambito della priorità V dal titolo "Coesione e sviluppo territoriale" interventi volti alla valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, ed al potenziamento della filiera turistico ricettiva del territorio.

- **il Piano integrato di attività e organizzazione (PIAO) della Giunta regionale del Piemonte per gli anni 2026- 2028** approvato con D.G.R. n. 3-2182 del 30 gennaio 2026.

OBIETTIVI DEL PROGRAMMA 2026

Gli obiettivi che il presente programma intende conseguire, tengono in considerazione i seguenti fattori:

- Analisi del **contesto turistico internazionale nazionale e regionale di riferimento.**
- Report su **flussi turistici per l'anno 2025**. Trend su base pluriennale e proiezioni per l'anno in corso.
- Mercati di riferimento e **nuovi possibili mercati**
- **Risorse economiche** disponibili sul Bilancio finanziario gestionale della Regione Piemonte per l'anno 2026 destinate alla spesa per la promozione turistica nazionale ed internazionale del Piemonte.
- **Coerenza delle politiche regionali in materia di promozione turistica con gli obbiettivi della pianificazione strategica nazionale in materia di Turismo per gli anni 2023-2027 e con le finalità e gli obbiettivi dell'Atto di programmazione delle risorse del Fondo Unico Nazionale del Turismo di parte corrente, annualità 2026, approvato con il decreto del Ministro del Turismo n. 43830 del 26 marzo 2026.**

Il programma prevede i seguenti obbiettivi:

- favorire la destagionalizzazione e tutti gli eventi e attività che vadano in tale direzione in modo da sfruttare al meglio le potenzialità dell'economia del turismo e gli effetti diretti e indiretti che essa è in grado di generare sui territori regionali;
- riconoscere il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico sostenibile, la promozione e la valorizzazione del Piemonte nell'ambito della destinazione "Italia" e del marchio "Italia" nel mondo;
- promuovere e valorizzare sul mercato locale, nazionale ed estero, l'immagine unitaria del sistema turistico del Piemonte ;
- favorire il miglioramento dell'organizzazione, della differenziazione e dell'ampliamento dell'offerta turistica del Piemonte, anche attraverso l'impiego dell'intelligenza artificiale e dell'innovazione tecnologica;
- favorire le azioni volte alla realizzazione di un turismo sostenibile sotto il profilo ambientale, economico e sociale, con una particolare attenzione alla qualità dell'offerta turistica e dell'accessibilità;

- incrementare l’attrattività turistica del Piemonte attraverso attività armonizzate di comunicazione e promozione, destinate sia ai mercati esteri sia ai mercati nazionali, anche al fine di incentivare il turismo domestico e di prossimità;
- ampliare l’offerta turistica del Piemonte nelle sue diverse articolazioni, anche integrandola con l’organizzazione di manifestazioni ed eventi in tali ambiti, con rilevanza ai fini della destagionalizzazione e in grado di generare impatti positivi sui contesti di riferimento e l’innalzamento della qualità dell’offerta stessa;
- favorire il turismo d’impresa quale componente strategica dell’offerta turistica regionale, attraverso iniziative che consentano ai visitatori di conoscere da vicino i processi produttivi, le filiere del Made in Italy, il patrimonio industriale storico e contemporaneo, le botteghe artigiane storiche, gli archivi e i musei d’impresa. Tali interventi contribuiscono a promuovere la Destinazione “Italia” nelle sue declinazioni, a valorizzare il “saper fare” italiano e le eccellenze produttive dei territori, a rafforzare l’identità culturale ed economica delle destinazioni, ad ampliare l’offerta turistica in chiave esperienziale e sostenibile e a generare flussi turistici in periodi diversi dai picchi stagionali, favorendo la destagionalizzazione. Sono considerate di particolare rilevanza le iniziative che integrano visite aziendali, laboratori esperienziali, narrazioni identitarie e attività culturali, nonché quelle che coinvolgono reti di imprese, distretti produttivi, consorzi o partenariati pubblico privati e che contribuiscono alla promozione del marchio “Italia” e del Made in Italy sui mercati nazionali e internazionali;
- assicurare un’adeguata promozione dei territori, anche di quelli caratterizzati da una minor presenza turistica, con azioni che favoriscano lo sviluppo delle attività turistiche in tutto l’arco dell’anno, anche in periodi lontani dai picchi di presenze turistiche, al fine di una migliore gestione e organizzazione dei picchi dei flussi turistici.

GOVERNANCE E COORDINAMENTO REGIONALE DEL SISTEMA TURISTICO

La legge regionale n. 14 del 11 luglio 2016 in materia di organizzazione dell’attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte delinea l'assetto organizzativo del sistema turistico del Piemonte rappresentato da diverse realtà che promuovono il territorio al fine di garantire al turista, un servizio attento e specifico su ogni prodotto:

Visit Piemonte società *in house* della Regione Piemonte supporta le strutture Regionali che operano in materia turistica per lo sviluppo della competitività e dei processi di innovazione in grado di posizionare il Piemonte sul mercato nazionale e internazionale, per generare flussi turistici, eventi culturali, sportivi, convegni e incentive, e concorre operativamente al raggiungimento degli obiettivi definiti dalla Regione Piemonte.

La Regione Piemonte ai sensi dell'art. 5, comma 4, della l.r n. 14/2016 si avvale, nel rispetto del diritto dell'Unione europea, del supporto tecnico e organizzativo di Visit Piemonte Scrl per l'attuazione delle proprie iniziative e dei programmi concernenti la promozione turistica e l'analisi e la consulenza di marketing turistico.

La programmazione regionale delle attività di promozione, accoglienza ed informazione turistica trae utili elementi d'indirizzo, dalle attività di studio e ricerca svolte d**all'Osservatorio del Turismo, attualmente gestito da Visit Piemonte s.c.r.l. su incarico di Regione Piemonte**, sia in termini di reportistica riferita ai movimenti turistici dell'anno 2025 sia nelle proiezioni e prospettive altresì desunti da trend su base pluriennale.

L'Osservatorio turistico regionale analizza la situazione dell'offerta, l'andamento e l'evoluzione della domanda e dei flussi attraverso la raccolta e l'elaborazione dei dati.

La raccolta dei dati statistici sui flussi turistici in Piemonte è complessa e coinvolge diversi attori: strutture ricettive, Uffici Statistici Provinciali, Agenzie di accoglienza turistica locale (ATL), Uffici Regionali e Comunali.

Su indicazione degli uffici, l'Osservatorio realizza inoltre carotaggi e analisi mirate su specifici prodotti turistici di interesse regionale.

La realizzazione della programmazione turistica regionale sul territorio è affidata principalmente alle **Agenzie di accoglienza e promozione (ATL) e ai Consorzi di operatori turistici.**

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (ATL), costituite ai sensi dell'art. 8 della l.r.14/2016 hanno il compito di organizzare a livello locale l'attività di accoglienza, informazione e assistenza turistica per l'ambito turistico di competenza.

Le agenzie attualmente operanti sul territorio Piemontese sono:

- ATL Alexala;
- ATL Terre dell'Alto Piemonte Biella Novara Valsesia Vercelli;
- ATL del Cuneese;
- ATL Distretto Turistico dei Laghi;
- Ente Turismo Langhe Monferrato Roero;
- ATL Turismo Torino e Provincia.

operano in sinergia collaborando all'attuazione della programmazione regionale in un contesto di governance regionale coordinata.

I consorzi di operatori turistici operanti anche in forma di **società consortili,** riconosciuti di rilevante interesse regionale ai sensi dell'art. 18 della l.r. n. 14/2016 sono aggregazioni composte da imprese turistiche in misura prevalente e da altri soggetti privati che perseguono finalità di interesse culturale e turistico, attuando programmi e progetti orientati alla gestione, allo sviluppo, alla qualificazione dell'offerta e alla commercializzazione dei prodotti turistici.

La Regione riconosce annualmente sulla base di criteri e modalità stabiliti con deliberazione della Giunta regionale n. 14-1138/2025/XII del 26 maggio 2025, i consorzi di operatori turistici e le società consortili di rilevante interesse regionale

Attualmente operano sul territorio piemontese **tredici consorzi ed una società consortile** di rilevante interesse regionale.

Entro il primo semestre dell'anno in corso in coerenza con quanto disposto dalla sopraccitata

deliberazione sarà attivato il bando, annualità 2026, per il riconoscimento dei consorzi di operatori turistici e loro aggregazioni di rilevante interesse regionale .

La Regione Piemonte indirizza e coordina le ATL e dei Consorzi di operatori turistici, nell'attuazione delle strategie promozionali regionali e di sviluppo prodotto.

Le Agenzie turistiche locali ed i Consorzi di operatori turistici del Piemonte costituiscono un pilastro fondamentale della filiera turistica regionale. Il loro contributo è determinante sia nella pianificazione delle strategie per la valorizzazione dell'offerta turistica, sia nella promozione della stessa. In quanto realtà con una profonda conoscenza dei propri territori, tali soggetti permettono di raggiungere capillarmente tutti gli operatori del settore e di coinvolgerli in iniziative mirate a consolidare la notorietà del brand Piemonte e a rafforzarne il posizionamento sui mercati nazionali e internazionali.

La collaborazione con ATL e Consorzi è altrettanto fondamentale nella programmazione di momenti dedicati all'aggiornamento dell'offerta e alla sensibilizzazione degli operatori su temi strategici, che saranno proposti nel corso dell'anno.

Il contributo delle ATL e dei Consorzi turistici regionali, è altresì fondamentale anche nella definizione delle strategie e delle attività di promozione nazionali ed internazionali più efficaci per il Piemonte. Ai fini della programmazione delle attività di promozione nazionale ed internazionale, tra il mese di novembre 2025 e marzo 2026 sono stati organizzati incontri dedicati con le ATL ed i consorzi di operatori turistici per individuare le azioni di promozione dell'offerta regionale prioritarie da attivare nel corso del presente anno coerenti con priorità ed aspettative.

In parallelo la Regione Piemonte, indirizza ATL e consorzi di operatori secondo specifiche priorità d'azione indicate nei bandi per la concessione dei contributi destinati al sostegno delle attività di detti soggetti ed alla realizzazione di progetti di promozione e alla commercializzazione dei prodotti turistici ai fini attuativi rispettivamente degli artt. 19 e 21 della legge regionale n. 14/2016.

Nell'anno 2026 saranno realizzate una serie di azioni volte a rafforzare la governance con l'obbiettivo di integrare la programmazione turistica regionale per l'anno 2027 con specifiche linee d'intervento e progettualità dedicate alla promozione dell'offerta turistica del Piemonte in chiave sostenibile ed accessibile. La strategia di sviluppo turistico del territorio e di conseguenza la governance regionale é pertanto orientata ad un utilizzo consapevole delle risorse naturali e al rispetto dell'ambiente al fine di garantire a turisti ed ancor prima ai residenti una vita di qualità.

L'avvio di tali attività richiederà il coinvolgimento attivo delle ATL e dei Consorzi, sia nella comunicazione con gli operatori delle filiere territoriali, sia nella partecipazione diretta a fiere, workshop, roadshow ed eventi speciali.

Concorrono alla valorizzazione turistica del Piemonte i **Comuni a vocazione, attrattività e potenzialità turistiche** riconosciuti annualmente dalla Regione Piemonte ai sensi dell'art. 17 della l.r. n. 14/2016, sulla base di parametri e procedure, approvate con Deliberazione n. 9-6438 del 2 febbraio 2018. Nell'anno 2025 sono stati riconosciuti 515 Comuni a vocazione turistica oltre a quelli già riconosciuti a livello nazionale.

Entro il primo semestre dell'anno in corso in attuazione della sopraccitata D.G.R. n. 9-6438 del 2

febbraio 2018 sarà attivato il bando, annualità 2026, per il riconoscimento dei Comuni a vocazione, attrattività e potenzialità turistiche del Piemonte.

Completano il quadro degli attori del sistema turistico regionale **le Associazioni Pro Loco** riconosciute dalla legge regionale 7 aprile 2000 n. 36 "Riconoscimento e valorizzazione delle associazioni pro loco". Svolgono con il coordinamento dell'Unione Nazionale pro loco d'Italia (UNPLI) un ruolo fondamentale per le comunità locali valorizzando il patrimonio storico - culturale ed organizzando centinaia di eventi e sagre paesane.

Infine, in ambiti promozionali specifici, in particolare connessi alle valorizzazione del Turismo Industriale e della Cultura d'impresa è stata avviata un 'importante collaborazione con **Confindustria Piemonte** articolazione regionale della Confederazione Generale dell'Industria Italiana (Confindustria), che rappresenta e tutela le imprese manifatturiere e di servizi operanti in Piemonte. Tale collaborazione trova attuazione attraverso specifiche **progettualità di rilevanza anche interregionale nell'ambito di accordi istituzionali con le Regioni Liguria e Valle d'Aosta per la promozione congiunta dell'offerta turistica.**

LINEE DI INTERVENTO E SINTESI DELLE AZIONI A GESTIONE REGIONALE DIRETTA.

Di seguito si descrivono le linee di intervento con la sintesi delle azioni attivabili Direzione Cultura, turismo, sport e commercio, Settore regionale "Valorizzazione turistica e Promozione internazionale del territorio".

Le linee d'intervento sono state individuate sulla base delle analisi e valutazioni emerse dal Rapporto statistico sul Turismo 2025, nonché da specifiche attività di monitoraggio delle recensioni, prenotazioni online e indici di spesa relative alle ATL e alle aree-prodotto.

Le attività potranno inoltre essere ulteriormente valorizzate previo esito istruttorio positivo dal parte del Ministero del Turismo, ai fini della candidatura Regionale al cofinanziamento nazionale del Fondo Unico Nazionale del Turismo di parte corrente per l'anno 2026.

1) Sviluppo prodotto e valorizzazione dell'offerta, promozione, fiere ed eventi internazionali e nazionali, turismo congressuale (MICE) Wedding destination .

Sviluppo prodotto e valorizzazione offerta turistica

La valorizzazione dell'offerta turistica riveste un ruolo strategico nel consolidamento e nello sviluppo del Piemonte quale destinazione a forte attrattività sui mercati nazionali ed internazionali.

Il riscontro dell'analisi dei flussi turistici registrati nel 2025, in linea con il trend pluriennale positivo, insieme alla necessità di consolidare e ampliare ulteriormente tali risultati nelle diverse aree di prodotto, richiede un aggiornamento costante dell'offerta turistica regionale. Ciò riguarda in particolare lo sviluppo dei prodotti, la formazione degli operatori e le attività di promozione, con l'obiettivo di rafforzare il

posizionamento competitivo sui mercati nazionale e internazionale.

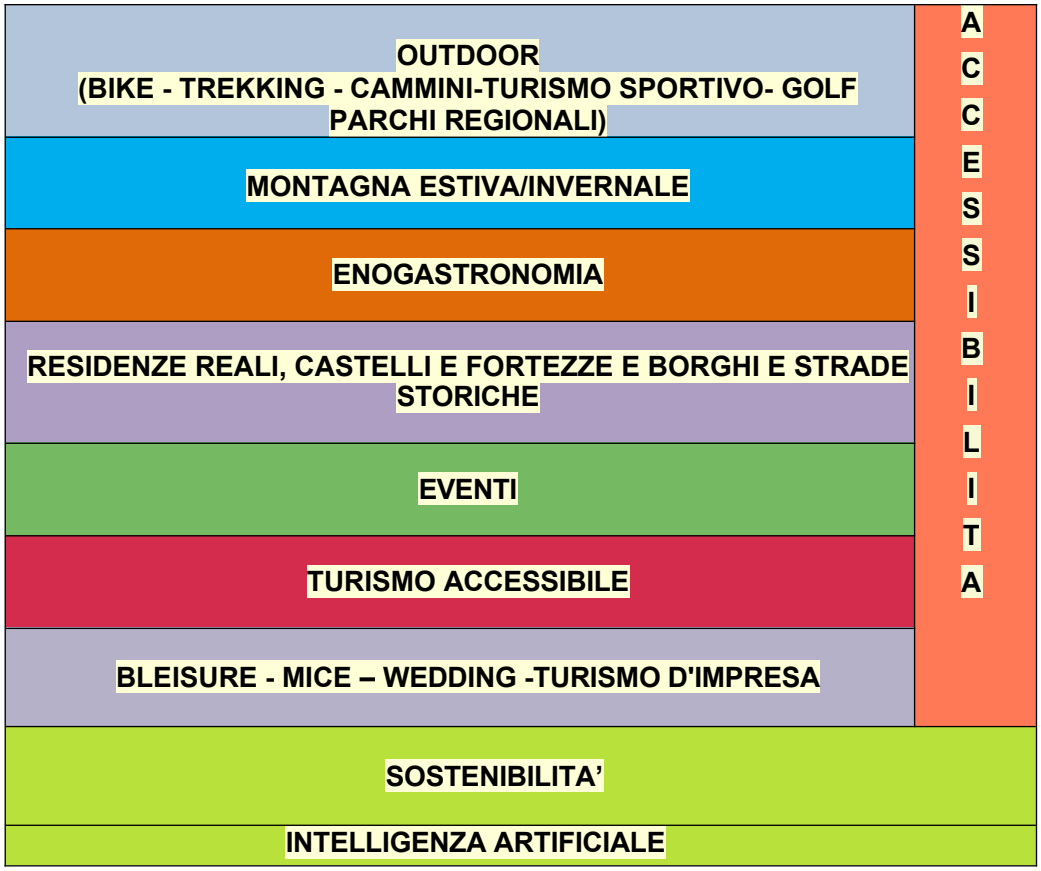
In questo quadro si inseriscono tutte le attività dedicate allo sviluppo di nuovi prodotti turistici e all'aggiornamento delle proposte esistenti, con l'obiettivo di assicurare alla destinazione una presenza coerente con l'evoluzione della domanda e con i principali trend globali.

La Regione Piemonte, con il coinvolgimento dei soggetti interessati, individua i punti di forza dell'offerta turistica regionale, ponendo particolare attenzione a quelli più in linea con le nuove tendenze del mercato. Allo stesso tempo, riconosce i prodotti emergenti e di nicchia sui quali promuovere il coinvolgimento dei territori, attraverso percorsi di empowerment finalizzati alla strutturazione e allo sviluppo dell'offerta.

Per il raggiungimento di tali obiettivi vengono adottati diversi strumenti operativi, tra cui: analisi dei mercati e della domanda, incontri formativi con esperti di prodotto, attivazione di percorsi tematici di aggiornamento, e altre iniziative dedicate.

In vista della programmazione delle attività per il 2026, alla fine del 2025 è stata avviata una consultazione con le ATL regionali con l'obiettivo di raccogliere indicazioni su prodotti, mercati e leve di comunicazione ritenuti più idonei per promuovere i territori piemontesi.

Il presente programma annuale prevede anche a seguito di tali consultazioni lo sviluppo e la promozione in chiave **sostenibile ed accessibile** dei seguenti prodotti turistici.



Filo conduttore delle attività di rafforzamento del prodotto saranno tre temi trasversali sempre più centrali

nello sviluppo turistico contemporaneo: la sostenibilità, l'accessibilità e l'intelligenza artificiale. Si tratta di ambiti nei quali è necessario accelerare la crescita attraverso percorsi dedicati, coinvolgendo l'insieme dei portatori di interesse del sistema turistico piemontese. Parallelamente, sono stati individuati alcuni **prodotti di nicchia** caratterizzati da una domanda in crescita che richiedono una maggiore strutturazione e messa a sistema per un più efficace posizionamento sui mercati target internazionali. Tra tali ambiti rientrano: **turismo industriale, turismo golfistico e sportivo, luxury/high-end e well-being.**

Si prevedono le seguenti attività:

- Marketing intelligence: avvio di un percorso finalizzato a fotografare lo stato dell'arte dell'offerta turistica piemontese, con particolare attenzione ai nuovi trend globali e alle evoluzioni della domanda internazionale;
- Sviluppo sostenibile "Il Piemonte ti appartiene" progetto 2025-2026 cofinanziato (50%) dal Fondo unico nazionale di parte corrente 2025: proseguimento del percorso di valorizzazione sostenibile della destinazione, con obiettivi prioritari quali la realizzazione di un catalogo dell'offerta turistica sostenibile e il conseguimento della certificazione GSTC di destinazione, strumenti fondamentali per consolidare il posizionamento competitivo del Piemonte sui mercati più attenti alla sostenibilità;
- Percorso di formazione su intelligenza artificiale per le DMO, ATL e Consorzi: avvio di un percorso dedicato all'apprendimento delle opportunità offerte dall'IA per il posizionamento della destinazione Piemonte, la comunicazione delle offerte turistiche e l'analisi dei dati, con l'obiettivo di supportare gli operatori nel processo decisionale e nella promozione digitale;
- Valorizzazione e promozione di offerte a tema turismo industriale, progetto cofinanziato (50%) dal Fondo unico nazionale di parte corrente 2025;
- Promozione del turismo golfistico ed in chiave sportiva; proseguimento delle attività mirate a rafforzare l'attrattività di questi segmenti, attraverso iniziative di promozione, aggiornamento dell'offerta e comunicazione dedicata;
- Mappatura e sistematizzazione delle risorse per il turismo luxury/high-end e well-being: attività propedeutiche al potenziamento delle offerte in questi segmenti, finalizzate a creare pacchetti strutturati, valorizzare le risorse esistenti e favorire una maggiore coerenza con le aspettative dei target ad alto valore;
- Formazione su promozione digitale delle offerte turistiche: percorsi dedicati agli operatori per apprendere come veicolare efficacemente le proprie proposte sulle principali piattaforme digitali, come Booking.com e altre OTA, massimizzando visibilità, appeal commerciale e capacità di intercettare i turisti contemporanei.

Promozione, fiere ed eventi internazionali e nazionali

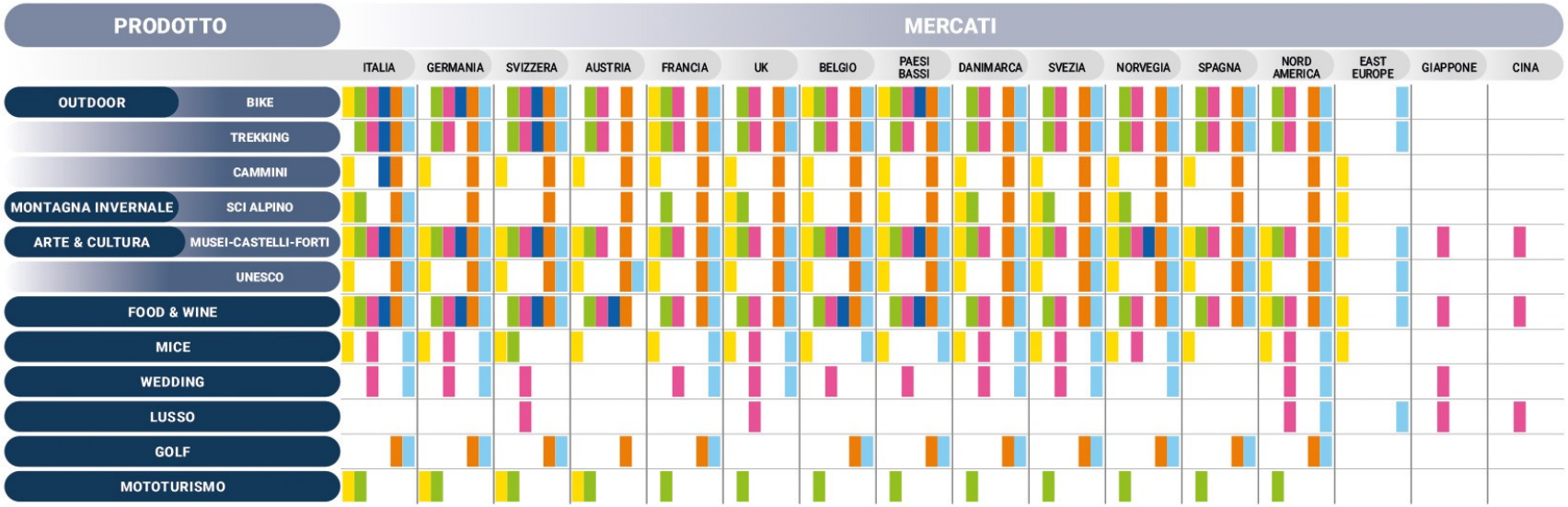
I flussi turistici del 2025 e il trend pluriennale positivo attestano l'efficacia delle strategie di promozione internazionale del Piemonte. Dal 2023 si osserva un sorpasso storico delle presenze estere su quelle

domestiche, in linea con l'obiettivo di attrarre segmenti di pubblico ad alta capacità di spesa. Il rapporto sui dati 2025 dell'Osservatorio turistico regionale conferma il consolidamento di questo processo, con una quota di pernottamenti stranieri stabile al 53%. Poiché oltre il 75% di tali flussi proviene dai principali mercati europei, è opportuno intensificare la promozione nelle aree meno internazionalizzate, senza tuttavia trascurare il mercato interno, pilastro fondamentale per molti territori regionali.

La consultazione avviata con le ATL nel mese di novembre, finalizzata a rilevare preferenze e priorità in merito a prodotti, mercati e attività promozionali, ha restituito un quadro chiaro e condiviso dei temi su cui si concentra l'offerta territoriale e dei mercati ritenuti più idonei alla loro valorizzazione.

Per una visione completa dei risultati emersi si rimanda alla seguente tabella.

MATRICE PRODOTTI/MERCATI 2026



Legenda

- Turismo Torino
- Terre Alto Piemonte
- Langhe Monferrato Roero
- ATL Cuneese
- Distretto Laghi
- Alexala

La matrice rappresenta una sintesi dei principali prodotti presenti nell'offerta turistica regionale, comuni alla maggior parte dei territori. Tra questi si annoverano: outdoor (bike, trekking, cammini), montagna invernale e sci alpino, arte e cultura, food&wine, turismo congressuale (MICE) e wedding.
A tali prodotti consolidati si affiancano quelli emergenti, quali: turismo industriale, golf, lusso, sostenibilità, e altri segmenti in crescita, che contribuiscono a diversificare e arricchire l'offerta regionale.
Per quanto concerne i mercati target, sebbene sia auspicabile una promozione completa su ciascuno di essi, si ritiene strategico concentrare l'attenzione su temi specifici, coerenti con le caratteristiche dei mercati di riferimento. Ad esempio: la montagna invernale sui mercati del Regno Unito, dei Paesi scandinavi e dei Paesi Bassi; l'outdoor sui mercati DACH, Francia e Belgio; arte e cultura in funzione di rafforzare le vacanze short break nei mercati con collegamenti aerei diretti, e così via.
Sulla base dei dati dell'Osservatorio Turistico Regionale e delle indicazioni fornite dalle ATL, si suggerisce altresì di avviare attività promozionali mirate su mercati, quali il mercato spagnolo e quello americano.
Relativamente al mercato nazionale il Rapporto Dati 2025 dell'Osservatorio Turistico Regionale conferma, infatti, come anche il turismo nazionale abbia registrato nel 2025 una crescita rispetto all'anno precedente: gli arrivi aumentano del 5,6% e le presenze del 7,1%; superati di oltre il 10% i movimenti italiani del 2022.
Piemonte e Lombardia si confermano le principali regioni di provenienza, pur in un contesto di generale contrazione del turismo interno. Parallelamente, risultano invece in aumento i flussi provenienti da altre regioni italiane di rilievo quali Lazio, Liguria, Emilia-Romagna e Veneto.
A differenza dei mercati esteri, il mercato domestico richiede interventi di mantenimento e consolidamento piuttosto che di puro posizionamento. La competitività regionale sul fronte interno sarà sostenuta da una segmentazione dell'offerta che risponda a verticalità tematiche. Saranno privilegiate azioni rivolte a cluster specifici, con particolare attenzione ai comparti neve, outdoor, enogastronomia, cultura e all'integrazione dell'offerta turistica con la regione Liguria.
Un'ulteriore opportunità derivante dalla promozione sul mercato nazionale e dalla diversificazione dell'offerta è la possibilità di destagionalizzare i flussi turistici, rafforzando al contempo la percezione del Piemonte come una destinazione capace di offrire esperienze e opportunità di viaggio uniche per 365 giorni all'anno.
In quest'ottica, accanto alle campagne integrate di comunicazione, sarà opportuno attivare azioni tattiche e mirate, quali la partecipazione a fiere B2C e B2B di rilievo, eventi speciali di presentazione dell'offerta turistica regionale in occasione di importanti manifestazioni, iniziative di co-marketing con operatori ferroviari e vettori aerei, roadshow e workshop tematici dedicati ai prodotti di punta.
Tra i principali strumenti per la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica vi è la presenza alle principali manifestazioni fieristiche B2C e B2B in Italia e all'estero, nonché la partecipazione e l'organizzazione di workshop, educational tour rivolti a media, opinion leader e a buyer interessati al mercato turistico piemontese. La partecipazione regionale alle manifestazioni sarà caratterizzata da un

lato dalla presenza delle Agenzie Turistiche Locali piemontesi per le attività di informazione e promo-comunicazione e dall'altro, dalla presenza degli operatori turistici piemontesi per l'attività di commercializzazione del prodotto turistico.

Sono previste le seguenti attività:

- Partecipazione alle principali fiere internazionali B2B e B2C, selezionate in funzione del raggiungimento degli obiettivi strategici della destinazione.
- Progettazione e realizzazione di eventi, roadshow e workshop, finalizzati a favorire l'incontro tra domanda e offerta piemontese.
- Sinergie con le iniziative di promozione agroalimentare e vitivinicola, in occasione di eventi dedicati sui mercati esteri, per valorizzare l'eccellenza del territorio.
- Organizzazione di eventi di rilievo nazionale e internazionale, in collaborazione con ATL, tour operator, consorzi turistici e operatori incoming, al fine di assicurare alta visibilità alla destinazione Piemonte.
- Programmazione di attività promozionali integrate sul mercato USA, per rafforzare la presenza e l'impatto della destinazione.
- Avvio di iniziative di co-marketing con tour operator esteri e vettori aerei e ferroviari strategici, per potenziare la promozione e incrementare la domanda qualificata.
- Programmazione di educational tour, con invito ai contatti più rilevanti intercettati durante le attività estere, per favorire la conoscenza diretta dell'offerta piemontese.
- Sopralluoghi e attività di scouting presso manifestazioni di potenziale interesse, finalizzati alla valutazione della loro rilevanza per future iniziative promozionali:

Le fiere in calendario per il 2026 rappresentano un osservatorio privilegiato delle tendenze del turismo mondiale: offerta esperienziale sempre più segmentata, sostenibilità, business matching, investimenti e innovazione sono i principali filoni tematici. Partecipare a questi eventi consente agli operatori italiani di rafforzare la propria presenza internazionale, aggiornarsi sulle dinamiche di mercato e sviluppare relazioni fondamentali per la crescita. Inoltre, nel corso del 2026 sarà avviata l'attività preparatoria (adesione agli eventi, acquisizione spazi espositivi progettazione e realizzazione allestimenti, etc.) per la partecipazione agli eventi fieristici nazionali ed internazionali del primo semestre 2027.

Con la D.G.R. n. 13-2050 del 22 dicembre 2025 sono stati approvati gli indirizzi per l'individuazione delle azioni di promozione turistica in Italia e all'estero da realizzare nel primo semestre 2026 destinando risorse pari ad euro 1.250.000,00 per euro 800.000,00 sul capitolo 140699/2026 e per euro 450.000,00 sul capitolo 128510/2026 del Bilancio finanziario 2025-2027.

Di seguito si elencano le principali iniziative internazionali e nazionali a cui la Regione Piemonte ha partecipato/previsto di partecipare entro il primo semestre 2026:

VAKATIEBEURS- UTRECHT 8/11 gennaio 2026
BIT - MILANO RHO FIERA 10-12 febbraio 2026
FIERA F.RE.E – MONACO DI BAVIERA, 18/20 febbraio 2026
FIERA ITB – BERLINO, 3/5 marzo 2026
FA' LA COSA GIUSTA - MILANO RHO FIERA 13-15 marzo 2026
SALON DU RANDONNEUR – LIONE, 20/22 marzo 2026
DISCOVER ITALY - SESTRI LEVANTE 26-27 marzo 2026
FIERA DEL CICLOTURISMO - PADOVA 27-29 marzo 2026
ROADSHOW SCANDINAVIA, BAROLO & FRIENDS EVENT COPENAGHEN – 21/22 aprile 26
ITALIA INSIEME, TURISMO ACCESSIBILE E TERRITORIO – FIRENZE 22 aprile 2026
EDUCATIONAL TOUR OUTDOOR MERCATI SCANDINAVI – maggio/giugno 2026

Modalità di individuazione degli eventi fieristici nazionali ed internazionali partecipati dalla Regione Piemonte nel secondo semestre 2026-primo semestre 2027.

a) Analisi delle fonti e raccolta preliminare delle opportunità fieristiche
Il Responsabile del procedimento consulta le fonti ufficiali di settore quali calendari fieristici internazionali, portali di riferimento (ad esempio UFI – The Global Association of the Exhibition Industry, AEFI, ENIT, Ministero del Turismo), database interni e precedenti storici di partecipazione della Regione Piemonte.
Le ATL contribuiscono segnalando fiere di rilievo per i territori di competenza, raccogliendo dal tessuto economico locale esigenze, priorità e segnalazioni provenienti anche dai consorzi di operatori turistici.

b) Definizione della proposta di calendario fieristico.
Ai fini della definizione ed elaborazione della proposta di calendario fieristico si valutano elementi oggettivi quali l'allineamento con gli obiettivi strategici della destinazione Piemonte, la pertinenza rispetto ai mercati target, il potenziale di attrazione per i segmenti B2B e B2C, la reputazione e il posizionamento della manifestazione, la storicità dei risultati ottenuti e l'accessibilità logistica. Al fine di individuare nuovi appuntamenti di interesse per future partecipazioni regionali così da ottimizzare le opportunità di visibilità e presidio dei diversi segmenti di domanda saranno selezionati ulteriori eventi fieristici che saranno oggetto di un'attività esplorativa (scouting) effettuata dal Responsabile del procedimento.
Particolare attenzione è rivolta alle manifestazioni capaci di generare contatti qualificati e nuove opportunità di collaborazione commerciale e promozionale per gli operatori piemontesi.

c) Presentazione della proposta alle ATL ed ai consorzi di operatori turistici e loro aggregazioni di rilevante interesse regionale.
Vengono organizzate dal Responsabile del procedimento riunioni operative con le ATL ed i consorzi turistici; in tali incontri si analizzano collegialmente le proposte.

L’obiettivo è quello di assicurare una selezione omogenea, coerente con la strategia regionale e condivisa tra i diversi livelli del sistema turistico piemontese.

d) Validazione ed approvazione del calendario promozionale

A seguito delle valutazioni collegiali, il Responsabile del procedimento, con determinazione dirigenziale, approverà l’elenco delle fiere e delle iniziative promozionali nazionali ed internazionali così individuate per il secondo semestre 2026 e primo semestre 2027, disponendo altresì le modalità di aggiornamento.

L’elenco viene condiviso con tutti i soggetti coinvolti, garantendo adeguata comunicazione e attivazione dei processi organizzativi successivi.

Modalità di adesione e partecipazione degli operatori agli eventi fieristici partecipati dalla Regione Piemonte.

Gli operatori turistici piemontesi, le cui tipologie sono di seguito elencate, potranno partecipare unitamente alla Regione alle manifestazioni espositive, fieristiche e borsistiche in ambito nazionale ed internazionale B2B per l’attività di commercializzazione dei prodotti turistici regionali:

Tour Operator dell'incoming/ DMC/Agenzie di viaggio (con minimo un anno di attività) con offerte sul territorio piemontese;

Consorzi di operatori turistici singoli e loro aggregazioni.

Operatori della ricettività: - Settore alberghiero: strutture con minimo 4 stelle; - Settore extra-alberghiero: strutture con minimo 50 camere, anche in forma aggregata (es. associazioni).

Comprensori sciistici e Aeroporti del Piemonte.

Outlet del Piemonte.

Altri operatori che gestiscono e commercializzano luoghi e attrazioni turistico-culturali di rilevanza regionale. Alle fiere potranno essere invitati anche consorzi del comparto agroalimentare e di produttori vinicoli con funzione di “vetrina”, finalizzata a far conoscere le eccellenze del Piemonte.

Gli operatori sopra indicati, ai fini della partecipazione alle iniziative di promo – commercializzazione turistica ad un prezzo agevolato rispetto alle tariffe di mercato usufruendo di un aiuto in regime “de minimis", sono tenuti al pagamento delle spese di iscrizione e/o di partecipazione in quota parte in relazione alle spese sostenute dalla Regione per l’affitto, l’allestimento dello stand regionale e/o dei servizi forniti, nel rispetto della normativa in materia di Aiuti di Stato.

Nel caso di mancato utilizzo da parte dell’azienda beneficiaria dell'agevolazione concessa ai fini della partecipazione, sarà approvato un corrispondente provvedimento di revoca dell’aiuto concesso.

La selezione degli operatori da invitare alle iniziative di promozione turistica sarà effettuata dal responsabile del procedimento attraverso avviso pubblico, sulla base di requisiti specifici relativi alle categorie succitate e tempistiche, definiti nel medesimo avviso sulla base della tipologia dell’iniziativa.

In considerazione delle attività istruttorie necessarie a verificare i requisiti di partecipazione ai sensi del D.Lgs. n. 184/2025 (Codice degli incentivi), l'avviso di selezione potrà avere a oggetto una pluralità di

manifestazioni fieristiche.

Turismo congressuale

Il settore congressuale rappresenta una risorsa strategica per il territorio: attira un turismo di alta qualità con una capacità di spesa mediamente superiore rispetto a quella del segmento *leisure*. Oltre a generare reddito per le imprese locali, il MICE favorisce la destagionalizzazione e sostiene l'occupazione attraverso l'indotto creato in diversi comparti industriali.
Secondo l'Osservatorio OICE/Focus Piemonte 2025 – curato dall'ASERI dell'Università Cattolica e promosso da Visit Piemonte e Federcongressi&eventi – la meeting industry regionale segue la scia della crescita nazionale. l'analisi dei dati relativi al 2024, ultima disponibile, certifica il dinamismo del comparto MICE piemontese, con un incremento delle attività del +9,1% rispetto all'anno precedente e performance molto positive sia per numero di partecipanti (+5,1%) che per presenze complessive (+6,0%).
Nel panorama generale dell'offerta congressuale piemontese, si confermano le 3 macro aree di Torino, Distretto Turistico dei Laghi, Langhe Monferrato Roero, mentre le altre aree regionali si prestano ad accogliere piccoli meeting e incentive.
Di seguito le principali attività da realizzare nel 2026:

- Adesione per l'annualità 2026 ad una tra le organizzazioni di riferimento nazionale nel settore congressuale, riconosciuta per il suo ruolo nello sviluppo di destinazioni e sedi per eventi su tutto il territorio italiano. Questa affiliazione consente una rappresentanza continuativa nelle attività di promozione sui mercati esteri, oltre a consentire la partecipazione a eventi business-to-business e a incontri annuali offrendo la possibilità di entrare a far parte di un sistema nazionale dedicato al posizionamento e allo sviluppo del prodotto MICE a livello internazionale.
- Adesione per l'annualità 2026 a una tra le organizzazioni italiane specializzate nel settore dei congressi e degli eventi, per l'aggiornamento costante sui trend a livello nazionale e internazionale. L'adesione consente inoltre la partecipazione alle attività dell'Osservatorio OICE nazionale dedicate al monitoraggio del comparto congressuale e di avviare uan specifica ricerca sul turismo MICE in Piemonte .

- Realizzazione del primo osservatorio regionale che fornisca i dati della ricaduta economica generata da eventi MICE sulla destinazione.
- Attività di ingaggio del pubblico sui social media (focus su Facebook e Instagram con post sponsorizzati per il segmento MICE).
- Partecipazione a fiere nazionali ed internazionali di settore.
- Partecipazione a workshop e roadshow di settore nazionali e internazionali: si ritiene strategico continuare a partecipare a specifici appuntamenti B2B organizzati da EDIMAN, CBItalia, M&I, ritenuti operatori del settore di alta profilatura
- Organizzazione di fam trip con operatori nazionali e/o internazionali nei principali distretti MICE

piemontesi.

- Uscite pubblicitarie sulle principali riviste di settore cartacee e online di edizione nazionale e internazionale.
- Organizzazione di incontri sul territorio, finalizzati ad ampliare e consolidare le relazioni con operatori e imprese del settore privato, favorendo opportunità di collaborazione e network tra i vari attori coinvolti.

Wedding destination

La Wedding Industry è un settore in costante crescita in tutta Italia e con numeri di grande interesse.
Nel 2025, il segmento **destination wedding** in Italia ha raggiunto cifre record, confermando la sua rilevanza economica e turistica:
Il settore ha generato un fatturato complessivo di **circa 1,5 miliardi di euro**, includendo matrimoni sia di coppie straniere che domestiche, con oltre **25.200 eventi** realizzati e più di **4 milioni di pernottamenti** registrati.
Solo i matrimoni celebrati da coppie straniere hanno superato i **16.700 eventi**, con un incremento del **+9,8% rispetto al 2024**, e un fatturato che ha superato **1,1 miliardi di euro** (**+19,6%** rispetto all'anno precedente).
Il budget medio per evento si è attestato intorno ai **67.000 euro**, posizionando il wedding tourism tra i segmenti a più alta capacità di spesa nella filiera turistica italiana[7].
Il Piemonte si conferma tra le sei regioni italiane più richieste per i matrimoni internazionali, distinguendosi come una delle destinazioni preferite dalle coppie straniere.
Nel 2025 sono stati registrati circa 1.160 matrimoni di coppie straniere, con un incremento del 15,1% rispetto all'anno precedente, che hanno generato un impatto economico diretto di 82,6 milioni di euro (+20,6%).
Il settore si caratterizza per un'elevata capacità di generare ricchezza diffusa: la spesa media per evento supera i 71.000 euro, mentre sono stati registrati oltre 178.000 pernottamenti (+19,8%), con una ricaduta significativa per le strutture ricettive e per l'intera filiera dei servizi locali.
Sul fronte della domanda, i principali mercati di provenienza sono Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito, mentre risulta in forte crescita la quota dei mercati extraeuropei, che rappresentano quasi il 29% del totale, confermando la dimensione internazionale dell'attrattività piemontese.[8]
Le coppie scelgono il Piemonte per la sua autenticità, la varietà di location scenografiche, l'offerta enogastronomica raffinata e l'atmosfera suggestiva. Ville, residenze storiche, luxury hotel e agriturismo sono le location preferite, seguiti da castelli, aziende vitivinicole, location sui laghi e borghi.
Il progetto per il 2026, in attuazione della legge regionale 09 aprile 2024 n. 15 "Promozione e valorizzazione del wedding in Piemonte e del relativo settore", darà continuità alle attività del "Destination

[7]Fonte:sposimagazine.it
[8]Fonte:Visit Piemonte DMO

Wedding: creare la destinazione Piemonte" intraprese nel corso dei precedenti anni che, oltre a rafforzare la consapevolezza del valore rappresentato da questo comparto presso le ATL e gli operatori del segmento, prevederà il consolidamento del prodotto, la valorizzazione delle peculiarità presenti nei diversi territori ed il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese del settore wedding.

Sono previste le seguenti attività:

- Partecipazione alle attività di promozione internazionale, agli eventi B2B di aggiornamento e networking promosse da soggetti le cui attività sono specificamente orientate allo sviluppo del destination wedding, con il coinvolgimento tutte le ATL e i loro principali partner al fine di creare un prodotto regionale da posizionare sui principali mercati internazionali.
- Organizzazione di fam trip con operatori nazionali o internazionali nei territori a maggior vocazione per il prodotto wedding.
- Partecipazione a workshop/fiere internazionali di settore, per il posizionamento del Piemonte sullo scenario internazionale, quali ad esempio We Do Main Event, Amour Global Forum, ecc. con coinvolgimento delle ATL che hanno sviluppato il prodotto Wedding e dei principali operatori del settore.
- Studi, ricerche, analisi e monitoraggio dell'impatto del prodotto wedding in Piemonte per il 2026.
- Piano di comunicazione e uscite pubblicitarie sulle principali riviste di settore cartacee e online.
- Ideazione, realizzazione e stampa di materiale (brochure, flyer etc.) dedicato.
- Attività di ingaggio del pubblico sul web regionale e social media (Facebook e Instagram con post sponsorizzati per il segmento Wedding).
- Formazione per ATL e stakeholder della filiera wedding regionale.
- Aggiornamento e ampliamento del database relativo alla rete degli operatori e delle strutture coinvolti nell'offerta del prodotto wedding, al fine di garantire una mappatura costantemente aggiornata e puntuale delle professionalità, dei servizi e delle location disponibili sul territorio.
- Organizzazione di incontri sul territorio, finalizzati ad ampliare e consolidare le relazioni con operatori e imprese del settore privato, favorendo opportunità di collaborazione e network tra i vari attori coinvolti.

Valore econimico attività

- Attività già finanziate ed in corso di realizzazione per anno 2026 valore euro 1.067.207,50 di cui 83.000,00 quale cofinanziamento statale ex progetti FUNT 2025-2026 "Turismo industriale" e "Il Piemonte ti appartiene".
- Nuove attività da realizzare nell'anno 2026 valore euro 999.936,00.
- Attività preparatorie fiere 2027 valore euro 1.250.000,00.

2) Comunicazione, ufficio stampa e relazioni con i media, press e influencer tour, eventi e progetti vetrina, patrimonio multimediale - immagini e video, materiale promozionale.

Comunicazione

Le attuali crisi geopolitiche, in particolare nel Medio Oriente e il perdurare del conflitto in Ucraina, stanno concretamente favorendo il turismo di prossimità in Italia per il 2026. La necessità di sicurezza e la riduzione dei rischi percepiti stanno spingendo molti viaggiatori a preferire destinazioni nazionali o di prossimità, piuttosto che mete internazionali a lungo raggio.

Per consolidare il posizionamento e aumentare l'attrattività del territorio, la programmazione regionale 2026 punta su un brand distintivo e competitivo sui mercati nazionali e internazionali. Il nuovo logo **"Piemonte is Eccellenza Italiana"** rappresenta il cuore di una strategia di comunicazione integrata che, in collaborazione con gli stakeholder, valorizza un'offerta turistica basata su qualità, autenticità e benessere.

L'obiettivo è quello di rafforzare la promozione del Piemonte come destinazione da vivere ed incrementare i flussi turistici, valorizzando esperienze uniche e di alto livello, all'interno di un sistema turistico coeso, accogliente e orientato alla sostenibilità e accessibilità e contribuendo positivamente alla ricaduta economica sui servizi e sullo sviluppo turistico locale.

Si prevedono le seguenti attività di comunicazione:

- campagna con focus a livello internazionale sui mercati obiettivo di maggior interesse e strategici per il Piemonte quali *Germania, Benelux, Francia, Svizzera, UK, Paesi Scandinavi e Spagna e USA*, per un incremento delle presenze straniere in Piemonte;
- campagne stagionali, articolate su più soggetti, con l'obiettivo di valorizzare l'offerta turistica lungo tutto l'arco dell'anno e promuovere le eccellenze locali;
- campagne spot su TV, radio da realizzarsi attraverso i principali network nazionali ed internazionali e sulle TV digitali nazionali ed internazionali maggiormente profilate;
- promozione sui media tradizionali, strategici per generare engagement, favorendo la pubblicazione di articoli, redazionali e interviste a valore aggiunto. Campagne stampa e publiredazionali realizzate con i principali editori nei settori informazione, travel, outdoor e infotainment per raccontare il Piemonte;
- outdoor advertising presso le grandi stazioni e gli aeroporti, italiani e non al fine di intercettare i viaggiatori nei principali hub di transito. Attuazione del progetto "Gestione promozione presso aeroporti piemontesi" anno 2026;
- promozione dei principali prodotti turistici, con l'obiettivo di valorizzare la varietà e l'autenticità dell'offerta regionale. Le attività comprenderanno campagne mirate, storytelling, contenuti editoriali corredati da foto e video, con azioni sui media digitali e tradizionali per i seguenti ambiti:
    - ✔ montagna invernale e estiva;
    - ✔ outdoor e turismo attivo (escursionismo, cicloturismo, Ciclovie, ecc.);
    - ✔ borghi, cammini e itinerari devozionali;
    - ✔ cultura Arte e tradizioni;

- ✔ enogastronomia e produzioni artigianali e agroalimentari;

Oltre a progettualità specifiche come:

- ✔ grandi eventi;
- ✔ iniziative interregionali di valorizzazione e promoziona turistica sviluppate con le Regioni Liguria e Regione Autonoma Valle d'Aosta;
- ✔ strade Storiche di montagna e Parchi del Piemonte. Attuazione del progetto 2025-2026 "Turismo sostenibile tra natura outdoor e cultura. Tutti i colori della vacanza slow all'aria aperta" cofinanziato (50%) dal Fondo unico nazionale di parte corrente 2025.
- ✔ valorizzazione dei treni storici
- ✔ turismo accessibile e inclusivo (For All) Attuazione del progetto 2025-2026 "Interventi per turismo accessibile in Piemonte" finanziato (100%) dal Fondo Unico per l'inclusione delle persone con disabilità.
- ✔ golf e turismo sportivo;
- ✔ turismo d'impresa;
- ✔ nuovi prodotti turistici emergenti quali Family, Young, Pet Friendly etc.

Ufficio stampa e relazioni con i media

Le relazioni con stampa e content creator internazionali sono una leva strategica per promuovere il Piemonte, favorendo una narrazione autentica che supera la pubblicità tradizionale. Coinvolgere giornalisti, blogger e influencer consente di creare contenuti di qualità, coerenti con l'identità del territorio, rafforzandone reputazione, visibilità e attrattività.

Queste azioni contribuiscono in modo significativo al rafforzamento e all'ampliamento della brand reputation del Piemonte, sostenendo una comunicazione coerente, emozionale e di lungo periodo, in grado di incrementare la visibilità e l'attrattività della regione sui mercati turistici nazionali e internazionali.

Per rafforzare e ampliare la rete di relazioni con media e content creator, sia nazionali che internazionali, e accrescere la reputazione del Piemonte, si punta a migliorare il coordinamento delle attività di comunicazione tra livello regionale e territoriale delle ATL, promuovendo sinergie e ottimizzando l'utilizzo delle risorse umane e finanziarie.

Sono previste le seguenti attività:

- redazione e diffusione di comunicati stampa, cartelle stampa e materiali informativi tematici;
- coordinamento con gli uffici di comunicazione delle ATL, fondazioni e sedi museali, per l'aggiornamento costante dei contenuti e il reperimento di novità ed eventi;
- gestione delle richieste da parte dei media e follow-up personalizzati;
- reperimento di novità e spunti sul territorio e ideazione di itinerari tematici destinati ad alimentare un canale di collaborazioni extra - piano editoriale con testate off e online già in essere;
- collaborazione costante con (Agenzia nazionale del turismo) ENIT sede centrale e sedi estere dei mercati obiettivo del Piemonte con la realizzazione di contenuti tematici e servizi ad hoc plurilingue, adv, note e comunicati stampa oltre al caricamento mensile di novità e notizie in

evidenza sul drive (oppure TDH 22) "Ufficio stampa internazionale"/ News / Eventi condiviso da ENIT e Ministero del Turismo quale bacino informativo anche per i contenuti pubblicati sul sito ministeriale di promozione nazionale Italia.it;

- azioni volte a conoscere e instaurare rapporti con testate e giornalisti/influencer di interesse, partecipando a conferenze stampa anche di altri enti, eventi media dedicati e/o organizzati dalle concessionarie ed editori;
- monitoraggio e analisi delle uscite stampa, rassegna stampa legata a progettualità specifiche;
- aggiornamento e implementazione del DB contatti;
- individuazione di nuove opportunità editoriali;
- mappatura e aggiornamento del database media (stampa, web, radio-TV, social).
- presidio con predisposizione di contenuti ed eventuale presenza in occasione della partecipazione a fiere ed eventi /trade di settore (es, BIT, ITB, TTG, WTM e altri);
- coordinamento, predisposizione di materiali, momenti di presentazione o press brunch per azioni di comunicazione e pubbliche relazioni.
- Digital PR e Collaborazioni Editoriali
- Attivazione di collaborazioni editoriali con magazine online e piattaforme travel.
- Integrazione dei contenuti prodotti sui canali ufficiali di Visit Piemonte (sito, social, newsletter).
- Attivazione di micro-campagne editoriali tematiche (es.“Autunno in Piemonte”, “Winter Experience”, “Piemonte Outdoor” e altre).
- Individuazione di nuove opportunità editoriali organiche attraverso i contatti PR in essere.

Molto importante è la collaborazione costante con ENIT sia a livello centrale, sia con le sedi estere per la realizzazione di contenuti tematici e servizi ad hoc plurilingue, adv, note e comunicati stampa oltre al caricamento mensile di novità e notizie in evidenza sul drive (oppure TDH22) "Ufficio stampa internazionale" / News / Eventi condiviso da ENIT e Ministero del Turismo quale bacino informativo anche per i contenuti pubblicati sul sito ministeriale di promozione nazionale Italia.it

Web e social media system

La comunicazione web punta a rafforzare la dimensione internazionale favorendo un approccio più esperienziale, tematico e orientato ai mercati esteri, oltre al consolidamento ed ampliamento di quello italiano.

Un’attenzione particolare sarà riservata all’Outdoor, che già nel corso del 2025 é stato oggetto di un profondo aggiornamento con l’arricchimento del catalogo digitale grazie a nuove progettualità trekking e bike, pubblicate sul sito web VisitPiemonte.com con un taglio promozionale e coinvolgente, valorizzando testi, immagini e itinerari di alto valore turistico. Per il 2026 saranno completati e sviluppati in collaborazione con le ATL territoriali, nuovi asset per rafforzare il posizionamento del Piemonte come destinazione di riferimento per il turismo all’aria aperta.

Prevista la valorizzazione alle Vie Storiche di montagna d'interesse turistico anche con focus su territori di

area vasta volti a promuovere un'offerta turistica più struttura interprovinciale anche in raccordo con i territori regionali confinanti e d'oltralpe.
Parallelamente, si proseguirà nello sviluppo di altri prodotti tematici – family, benessere– e nella creazione di nuove linee di offerta declinate sulla sostenibilità, capaci di rispondere alle nuove esigenze dei viaggiatori valorizzando in particolare l'offerta turistica dei parchi del Piemonte.
Un passaggio importante sarà rappresentato anche la promozione delle esperienze turistiche, avviate grazie al progetto in collaborazione con i Consorzi Turistici della montagna piemontese. Questo rappresenterà un passo concreto verso la costruzione di un vero e proprio marketplace esperienziale regionale.
Inoltre, grazie all'impiego dell'intelligenza artificiale (IA) che sta assumendo un ruolo sempre più importante nel settore, in particolare nei siti web turistici (portali di destinazione, agenzie di viaggio online, siti di strutture ricettive) sarà attuata una strategia di consolidamento dei canali social, attraverso la creazione di contenuti video di qualità, pensati per raccontare il territorio con un linguaggio giovane, autentico e contemporaneo.
Le applicazioni di AI consentiranno all'utente di generare itinerari altamente personalizzati in considerazione del proprio profilo e interessi.
L'obiettivo complessivo è quello di rafforzare la visibilità del Piemonte come destinazione turistica integrata, attrattiva e competitiva, capace di unire la valorizzazione del patrimonio regionale con la costruzione di un sistema digitale moderno, sostenibile e aperto alla collaborazione con tutti gli attori del territorio. In particolare è necessario:

- consolidare il posizionamento web in Italia e nei mercati esteri prioritari attraverso azioni mirate, collaborazioni con i principali attori del settore e investimenti strategici.

- sviluppare strategie integrate di SEO e SEM per aumentare la visibilità sui motori di ricerca, con l'obiettivo di mantenere un posizionamento competitivo nei risultati organici.

- favorire l'aumento del traffico integrando attività di comunicazione, pubblicità e coinvolgimento sui social media per incentivare interazioni di valore e conversioni.

- potenziare la visibilità web come vetrina per offerte turistiche, orientando la navigazione degli utenti verso la prenotazione di esperienze attraverso percorsi ispirazionali.

- ampliare la comunità e incrementare l'engagement sui canali social gestiti, valorizzando conversazioni di qualità, progettualità dedicate e partnership digitali per rafforzare il brand nei mercati di riferimento.

- gestire e rinnovare i contenuti web, anche in chiave multilingue, valorizzando le nuove tendenze del settore travel e le esigenze dettate dall'evoluzione tecnologica, con attenzione specifica alle opportunità legate all'intelligenza artificiale e ai linguaggi pubblicitari innovativi.

- studiare e sviluppare proposte innovative in collaborazione con agenzie specializzate, anche in vista di opportunità di presentazione in contesti di rilievo come BTO 2026.

Press e influencer tour

I Press & Influencer Tour rappresentano un'occasione strategica per raccontare il Piemonte attraverso esperienze autentiche, itinerari tematici e attività immersive. L'obiettivo è far vivere al giornalista e al content creator esperienze dirette, in grado di generare contenuti originali e di valore editoriale, contribuendo alla costruzione di una narrazione contemporanea e ispirazionale del territorio.
Sono previste le seguenti attività:

- Studio e programmazione del calendario 2026, con definizione dei temi prioritari e degli eventi di richiamo da veicolare.
- Realizzazione, organizzazione e coordinamento operativo dei tour.
- Coinvolgimento di influencer e content creator per la co-creazione di contenuti autentici sul Piemonte.
- Follow up con raccolta dei contenuti pubblicati e misurazione della copertura mediatica.

Prodotti e temi di riferimento per l'organizzazione di press ed influencer tour

- Cultura, Design & Arte Contemporanea con eventi quali ad esempio: Artissima, Città d'arte e patrimonio UNESCO, Alba Capitale Italiana dell'Arte contemporanea 2027, Celebrazioni 1300 anni dell'Abbazia di Novalesa, Via Francigena (anche in chiave "for all"), etc.
- Grandi eventi quali ad esempio ATP Finals, Terra Madre Salone del Gusto, Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba e Fiere tartufo, festival musicali, Torino Film Festival, ed altri eventi importanti organizzati in Piemonte.
- Outdoor & Green Living - montagna "4 stagioni", trekking, cicloturismo, motociclismo, esperienze sostenibili e accessibili.
- Enogastronomia & Gusto - enoturismo, eventi gourmet, vigneti e tartufi, vermouth e cucina d'autore.
- Giovani & Esperienze Energy - sport, musica, eventi.
- Luxury & Artigianato - shopping, lifestyle, dimore storiche, artigianato, benessere e design.
- Turismo spirituale e accessibile – Cammini, borghi, esperienze slow e inclusive.
- Turismo industriale - fabbriche del design, brand storici, archeologia industriale e forme di Heritage contemporaneo.
- Family / Pet Friendly.

Eventi e progetti vetrina

La promozione di una destinazione non può prescindere dall'organizzazione di eventi esperienziali in grado di valorizzare le specificità locali, incrementarne l'attrattività e accrescere la visibilità in un mercato turistico sempre più competitivo. Gli eventi diventano così strumenti strategici di promozione capaci di coinvolgere l'intero sistema territoriale – turistico, culturale e commerciale – favorendo lo sviluppo e il consolidamento dell'offerta e generando ricadute economiche positive, anche in ottica di destagionalizzazione dei flussi turistici.

In tale prospettiva, si intende promuovere un programma di Eventi Vetrina del Piemonte, volti alla valorizzare l'offerta turistico-sportiva,culturale, enogastronomico e produttivo del territorio piemontese.

Il patrimonio infrastrutturale delle ferrovie storiche presenti sul territorio piemontese opportunamente valorizzato attraverso iniziative di comunicazione e promozione delle esperienze di visita legate ai treni storici assume rilevanza quale vetrina del Piemonte, dei suoi luoghi e dell'identità locale da scoprire attraverso un viaggio nel tempo.

L'occasione di due importanti eventi previsti a Lanzo e Ceres stazioni simbolo della linea ferroviaria storica Torino-Ceres costituisce il punto di partenza per lo sviluppo di una progettualità turistica volta a valorizzare in chiave slow e sostenibile l'accesso e la conoscenza delle Valli Lanzo, e delle sue peculiarità storiche, culturali e identitarie da inserire in un percorso più ampio di valorizzazione del patrimonio ferroviario storico regionale dedicato a turisti ed appassionati.

Attività previste

Definizione di una strategia integrata di comunicazione per la promozione degli eventi vetrina e delle loro articolazioni territoriali, progettazione e organizzazione degli eventi presso le sedi individuate sul territorio, in collaborazione con gli stakeholder e le istituzioni territoriali;

Attuazione del progetto 2025-2026 "Evento verticale outdoor" cofinanziato (50%) dal Fondo unico nazionale di parte corrente 2025.

Patrimonio multimediale - immagini e video

Nel turismo, le immagini si distinguono come uno dei mezzi più rapidi ed efficaci, purché siano di buona qualità e abbiano soggetti e inquadrature emotive, per comunicare al pubblico, che costituisce i nostri visitatori potenziali, una destinazione turistica e le sue peculiarità multisfaccettate.

Immagini fotografiche

È prevista la realizzazione di nuove produzioni fotografiche volte ad arricchire e diversificare l'archivio iconografico, garantendo qualità, rappresentatività territoriale e coerenza stilistica, a supporto delle attività di promozione e comunicazione previste nei piani di marketing, nei PED - Piani Editoriali digitali - e in occasione di eventi, fiere, presentazioni, conferenze stampa e altre iniziative istituzionali.

In particolare, si prevede:

La produzione di shooting fotografici finalizzati alla promozione del territorio e delle sue eccellenze,

realizzati anche in collaborazione ATL. I materiali saranno declinati per le diverse piattaforme di diffusione nel rispetto dei formati e dei linguaggi più idonei ai target di riferimento;
il rinnovo dell'abbonamento a una banca immagini professionale, che consenta l'accesso e il download di contenuti fotografici e video di alta qualità, con diritti d'uso concordati e validi per tutti i canali di comunicazione istituzionali e promozionali.

Focus tematici

- Nuovi servizi a tema lifestyle nei capoluoghi piemontesi quali Alessandria, Asti, Biella, Vercelli e Verbania (e refresh su Torino);
- Outdoor estivo rivolto al prodotto Family, Pet Friendly, Young, coppie e famiglie;
- Bike e cicloturismo;
- Art&culture tra musei, palazzi storici e patrimonio UNESCO e Arte Contemporanea (anche paesaggi vitivinicoli);
- Immagini a tema gusto dalle fasi di scelta dei prodotti alla preparazione e all'impiattamento con prodotto legati alla stagionalità estiva ed invernale.

Video

È prevista la produzione di nuovi contenuti audiovisivi a supporto delle attività di promozione e comunicazione previste e in occasione di grandi eventi, fiere, presentazioni, conferenze stampa e altre iniziative istituzionali. L'obiettivo è garantire un flusso costante di materiali video e multimediali di alta qualità, coerenti con l'identità e il posizionamento del Piemonte.
Produzione di shooting video finalizzati alla promozione del territorio e delle sue eccellenze turistiche e sportive, e dei grandi eventi tematici, in collaborazione le ATL territoriali. I materiali saranno realizzati secondo standard qualitativi di livello.
Realizzazione di contenuti video tematici per la valorizzazione di esperienze turistiche, sportive, culturali e gastronomiche. Si prevede la produzione di format differenti, dal video emozionale di lunga durata a clip brevi per social media, garantendo flessibilità d'uso e ottimizzazione per le piattaforme digitali e tradizionali.
Sono previste le seguenti attività:

- Coordinare la produzione di nuovi contenuti audiovisivi a supporto delle attività di promozione e comunicazione previste e in occasione di grandi eventi, fiere, presentazioni, conferenze stampa e altre iniziative istituzionali. L'obiettivo è garantire un flusso costante di materiali video e multimediali di alta qualità, coerenti con l'identità e il posizionamento del Piemonte.
  In particolare, si prevedono le seguenti azioni:
- Produzione di shooting video finalizzati alla promozione del territorio e delle sue eccellenze turistiche e dei grandi eventi tematici, in collaborazione con le ATL territoriali. I materiali saranno realizzati secondo standard qualitativi di livello.

- Realizzazione di contenuti video tematici per la valorizzazione di esperienze turistiche, culturali e gastronomiche. Si prevede la produzione di format differenti, dal video emozionale di lunga durata a clip brevi per social media, garantendo flessibilità d'uso e ottimizzazione per le piattaforme digitali e tradizionali.

Materiale promozionale

Per affrontare in modo efficace le numerose attività di promozione descritte sopra, è fondamentale dotarsi di un materiale di supporto che ottimizzi il messaggio promozionale e favorisca la memorizzazione del brand Piemonte, insieme alla sua ricca offerta turistica. Il materiale promozionale può assumere diverse forme, dalle tradizionali brochure cartacee ai contenuti digitali, ma sono particolarmente apprezzati anche i gadget, che permettono di diffondere il logo in modo visibile e immediato, e le attività di gaming, pensate per incrementare il coinvolgimento di operatori e pubblico. Queste ultime risultano particolarmente efficaci durante fiere, workshop, roadshow ed eventi speciali, dove l'interazione e l'engagement sono cruciali.
Per garantire che il materiale promozionale abbia un impatto duraturo e resti impresso nella memoria dei destinatari, è fondamentale che le pubblicazioni e gli oggetti siano costantemente aggiornati e rispecchino le ultime tendenze. È essenziale che siano al passo con le proposte delle destinazioni competitor, mantenendo sempre un elevato livello di appeal visivo e comunicativo.
Sono previsti: adattamento, impaginazione, traduzione e stampa dei materiali istituzionali in linea con il nuovo visual grafico del brand "***Piemonte is Eccellenza Piemonte***", garantendo anche il coordinamento con i materiali di comunicazione delle ATL.

- Adattamento, impaginazione, traduzione e stampa dei materiali istituzionali in linea con il nuovo visual grafico del brand "Piemonte", garantendo anche il coordinamento con i materiali di comunicazione delle ATL.
- Ideazione, realizzazione, traduzione e stampa di materiali tematici specifici.
- Ideazione, realizzazione e traduzione di un catalogo dedicato agli operatori incoming.
- Creazione di contenuti video mirati da utilizzare durante eventi, incontri, fiere e roadshow.
- Produzione di contenuti video pensati per le attività sui social media.
- Sviluppo di software per giochi interattivi (come quiz, ecc.) finalizzati al coinvolgimento di pubblico, operatori e media in occasione di eventi fieristici.
- Creazione di gadget da distribuire in occasione delle promozioni B2C.
- Progettazione di gadget esclusivi destinati a target di alta gamma.
- Realizzazione di gadget specifici per eventi particolari.

Valore economico attività

Attività già finanziate ed in corso di realizzazione per anno 2026 valore euro 468.550,45 di cui euro 219.385,45 quale cofinanziamento statale (50%) ex progetti FUNT 2025-2026 "turismo sostenibile tra natura outdoor e cultura " e "Evento verticale outdoor" ed euro 90.000,00 quale finanziamento

statale (100%) destinato al progetto "Interventi per il turismo accessibile in Piemonte".
Nuove attività da realizzare nell'anno 2026 valore euro 1.706.872,50.

3) Progettazione in ambito turistico in partenariato anche cofinanziata dalla Stato o dall'Unione Europea.

Nel corso del 2026 sono previste le seguenti attività:

- Attuazione del progetto " In 3 VIE" nell'ambito del programma Interreg Italia Svizzera VI A 2021 - 2027.
- Attuazione dei progetti cofinanziati dal Fondo Unico Nazionale del Turismo per la promozione del turismo d'impresa, dell'offerta turistica correlata alle attività outdoor, alle Vie storiche di montagna, alla sostenibilità ed esperienzialità già avviati nel 2025.
- Attuazione del progetto "Comunicazione e promozione dell'offerta di turismo accessibile in Piemonte" cofinanziato dal Fondo Unico per l'inclusione delle persone con disabilità per l'anno 2024.
- Partecipazione in qualità di capofila o di partner, alla candidatura progetti cofinanziati con risorse statali o europee nell'ambito della Programmazione 2021-2027.
- Ideazione della nuova proposta progettuale da presentare al Ministero del Turismo ai fini dell'accesso alle risorse statali del Fondo Unico Nazionale del Turismo di parte corrente annualità 2026 - FUNT 2026.
- Programmazione coordinata di iniziative di valorizzazione turistica da attuarsi nell'ambito dell'accordo tra Regione Piemonte e Regione Liguria approvato con D.G.R. n. 2-1635 del 6 ottobre 2025.

Valore economico attività

Progetto Interreg Italia-Svizzera IN3VIE. Attività già finanziate ed in corso di realizzazione per anno 2026 valore euro 156.999,94. di cui euro 125.999,95 (FESR) ed euro 31.399,99 (STATO).

4) Studi ed analisi del sistema turistico del Piemonte

La programmazione regionale in ambito turistico fonda le sue linee d'intervento sulla base dell'analisi del contesto, monitoraggio della domanda e valutazione di prodotto effettuata dall'Osservatorio turistico della Regione Piemonte.
Sono previste le seguenti attività:

- Raccolta ed analisi dei dati relativi ai movimenti turistici funzionali all'elaborazione degli indicatori delle statistiche ufficiali del turismo a livello nazionale.

La raccolta e l'analisi dei dati relativi ai movimenti turistici é integrata da azioni di studio ed analisi "verticali" finalizzate in particolare ad:

- esaminare il livello di soddisfazione dell'esperienza vissuta dal visitatore in relazione a specifici servizi turistici fruiti (sentiment)
- analizzare attraverso i flussi delle transazioni, la spesa turistica sostenuta dal turista sul territorio piemontese;
- applicare la metodologia avanzata di analisi dei dati di telefonia mobile al fine di tracciare la presenza, gli spostamenti ela pressione turistica in modo aggregato
- analizzare il livello di offerta ricettiva veicolata su canali on line da parte degli operatori, l'andamento delle vendite del prodotto ricettivo, e monitorare il prezzo di vendita;
- analizzare le ricerche on line effettuate dalla domanda in un dato momento, le tendenze, la propensione all'acquisto di un viaggio in Piemonte da parte dei visitatori e turisti nelle prossime stagioni.
- analisi di flussi turistici ed impatti economici connessi a specifici prodotti quali turismo invernale, turismo estivo, grandi eventi, attrazioni anche con il coinvolgimento degli osservatori turistici locali operanti presso le Agenzie turistiche locali .

Sono inoltre previste le seguenti attività:

- ricerche specifiche ed analisi realizzate anche su mercati selezionati;
- messa a disposizione degli attori del sistema turistico e degli stakeholder secondo una cadenza concordata, i risultati di studi ed analisi sotto forma di report relativi a periodi temporali prestabiliti (anno precedente, primo trimestre dell'anno, primo semestre e proiezioni secondo semestre, primi nove mesi con proiezioni sui 12 mesi) o report studi specifici per prodotto turistico /evento.
- realizzazione di strumenti e servizi (good practice) che permettano di elaborare indicatori ad integrazione delle statistiche ufficiali, come dashboard e reporting specifico con particolare riferimento a sentiment e big data analysis su base dati delle recensioni on-line e dei canali OTA;
- adozione di strumenti innovativi di monitoraggio sulle intenzioni e sulla propensione di viaggio della popolazione italiana e dei principali Paesi europei;
- attivazione di strumenti di monitoraggio dell’impatto economico di eventi ad alto potenziale di ricaduta turistica;
- individuazione di strumenti di monitoraggio della pressione turistica sul territorio;
- avviare la progettazione di strumenti per rendere più accessibili i risultati dell’Osservatorio agli stakeholder del sistema turistico piemontese;
- analisi delle buone pratiche fra le destinazioni italiane e internazionali che hanno adottato e/o stanno adottando modelli di sviluppo sostenibile dal punto di vista del turismo per individuare le peculiarità e le caratteristiche che potrebbero essere utili e interessanti per la destinazione Piemonte;
- individuare una o più destinazioni piemontesi o uno o più prodotti turistici e/o esperienze per la sperimentazione del modello di valutazione della sostenibilità del prodotto/destinazione;

- ricerca e valutazione di strumenti utili per l'analisi e il monitoraggio della sostenibilità delle destinazioni (strumenti ESG, etc.…);
- avvio del processo di implementazione del modello, elaborazione e presentazione dei primi risultati del turismo sostenibile in Piemonte.

Le analisi e gli approfondimenti connessi al tema della sostenibilità turistica saranno effettuati con il coinvolgimento dell'Osservatorio turistico dell'ATL ALexala operante sul tema della sostenibilità in ambito turistico, in raccordo con il progetto "Il Piemonte ti appartiene. Strategie integrate per la valorizzazione del turismo sostenibile in Piemonte" e con le iniziative già avviate autonomamente dall'Azienda turistica locale del Cuneese e dall'Ente Turismo Langhe Monferrato e Roero in particolare volte a acquisire la certificazione GSTC (Global Soustainable Tourism Council).
Altro prodotto oggetto di analisi connessa, seppur indirettamente al tema della sostenibilità, in ambito turistico è quello delle strade storiche di montagna d'interesse turistico oggetto di riconoscimento e valorizzazione ai sensi della l.r. 19 maggio 2021 n. 9.
Le strade di montagna ad oggi riconosciute dalla Regione per il loro valore storico e turistico incontrano un crescente interesse per la fruizione con mezzi motorizzati da parte di turisti stranieri anche in periodi stagionali intermedi (tardo primaverili ed autunnali) oltre a quelli italiano soprattutto interessati al bike.
Il valore di questo patrimonio sta nel delicato equilibrio tra:
Conservazione storica: tutela dei manufatti bellici e delle tecniche costruttive dell'epoca.
Sostenibilità: gestione dei flussi (spesso tramite pedaggi o chiusure programmate ai mezzi a motore) per proteggere l'ecosistema alpino.
Sviluppo turistico locale: creazione di un indotto turistico d'interesse per gli operatori dei comuni montani attraversati.
Queste pertanto sono le motivazioni alla base dell'analisi che sarà avviata dall'Osservatorio volta a profilare il target dei frequentatori delle strade storiche di montagna con un focus sul patrimonio infrastrutturale delle province di Torino e Cuneo.

Valore economico attività

Nuove attività da realizzare nell'anno 2026 valore euro 336.219,00.
Attività già finanziate ed in corso di realizzazione per anno 2026 valore euro 55.000,00.

DISPOSIZIONI FINALI ED ATTUATIVE

La Regione Piemonte, in attuazione dell'art. 3, comma 1 della l.r. n. 14/2016, coordina e indirizza le attività di promozione, accoglienza e informazione turistica sul territorio piemontese, nonché l'organizzazione delle strutture tecnico-operative dedicate, attraverso una specifica programmazione annuale di settore.
Il presente programma è orientato a rafforzare la competitività e la visibilità dell'offerta turistica piemontese, promuovendo un'immagine coordinata del territorio, favorendo l'incremento dei flussi turistici e la valorizzazione delle risorse culturali, naturalistiche ed enogastronomiche regionali. Inoltre, mira a

sostenere un'accoglienza diffusa su tutto il territorio e lo sviluppo di servizi informativi efficaci e facilmente accessibili ai visitatori.

Qualora venissero assegnate ulteriori risorse nazionali o comunitarie per la realizzazione di iniziative di promozione, accoglienza ed informazione turistica non ricomprese nel Programma, la Giunta regionale con successivo atto deliberativo provvederà all'aggiornamento dello stesso ai sensi dell'art. 3, comma2, della legge regionale 14/2016, individuandone le specifiche modalità attuative.

Nel prospetto seguente sono riportati per ogni attività prevista dal programma, il valore economico delle azioni già finanziate e in corso di realizzazione in quanto riferite a progetti a durata biennale 2025-2026 ed il valore delle azioni da realizzare entro la fine dell'anno o da avviare entro lo stesso termine ai fini specifici della partecipazione agli eventi agli eventi fieristici nazionali ed internazionali del primo semestre 2027, le cui attività preparatorie (acquisto spazi espositivi, allestimenti, selezione operatori partecipanti etc.) devono essere avviate nell'anno in corso.

Attività	Valore attività già finanziate e in corso di realizzazione. impegni già assunti anno 2026	Valore massimo nuove attività da avviare anno 2026	Valore massimo nuove attività da avviare anno 2027
1) Sviluppo prodotto e valorizzazione dell'offerta, promozione, fiere ed eventi internazionali e nazionali, turismo congressuale (MICE) Wedding destination .	1.067.207,50	999.936,00	1.250.000,00
2) Comunicazione, ufficio stampa e relazioni con i media, press e influencer tour, eventi e progetti vetrina, patrimonio multimediale - immagini e video, materiale promozionale.	468.550,45	1.706.872,50	0,00
3) Progettazione in ambito turistico in partenariato anche cofinanziata dalla Stato o dall'Unione Europea.	156.999,94	0,00	0,00
4) Studi ed analisi del sistema turistico del Piemonte	55.000,00	336.219,00	0,00
TOTALE	**1.747.757,89**	**3.043.027,50**	**1.250.000,00**

Responsabile del procedimento per l'attuazione del programma.

L'attuazione del programma è demandata alla Direzione regionale Cultura turismo, sport e commercio, Settore "Valorizzazione turistica e promozione internazionale del territorio".

Responsabile del procedimento per l'attuazione del programma annuale è il dirigente del Settore “Valorizza-zione turistica e promozione internazionale del territorio” della Direzione regionale Cultura, Turismo, Sport e Commercio.