



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

ANNO 2023

Assessorato al Turismo

Direzione Coordinamento Politiche e Fondi Europei -Turismo e Sport

Settore Valorizzazione turistica del territorio

Settore Promozione Internazionale

PREMESSA

La legge regionale 14/2016 “Nuove disposizioni in materia di organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte”, in particolare, all'articolo 2, sancisce che nell'ambito delle attività di promozione, accoglienza ed informazione turistica la Regione Piemonte favorisce lo sviluppo economico e sociale del territorio attraverso la crescita di un turismo sostenibile e responsabile; promuove iniziative finalizzate a potenziare e migliorare la qualità del sistema di accoglienza turistica; cura i rapporti con il Governo e l'Unione europea per quanto riguarda la materia del turismo; svolge funzioni di indirizzo e di coordinamento delle attività e sovrintende all'organizzazione turistica; assicura, nell'ambito della programmazione delle attività, la consultazione degli enti e delle categorie interessate al turismo.

Il Programma annuale delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica 2023 presuppone un'analisi delle dinamiche socioeconomiche che contraddistinguono il multidimensionale fenomeno del turismo a livello internazionale, nazionale e regionale condotta anche in relazione all'evolversi degli effetti della pandemia Covid-19, sul settore.

La prospettiva che ha guidato la redazione del Programma annuale 2023 è tuttavia mutata rispetto alla stessa con riferita allo scorso anno: dalla totale incertezza iniziale sulle possibili evoluzioni della pandemia, oggi si ha una maggiore tranquillità sui dati relativi all'emergenza sanitaria e si pone maggiore attenzione sulla comprensione della dinamica della ripresa, con particolare riguardo ai tempi e agli impatti sul settore e sui territori.

Al fine di agevolare la lettura il presente programma è così articolato nei seguenti capitoli e paragrafi:

1. Turismo Nazionale ed in Piemonte: Evoluzioni 2022 e prospettive per il 2023
2. Lo scenario di riferimento: il contesto normativo e programmatico
3. La strategia 2022-2024
4. Obbiettivi del Programma 2023
5. Prodotti Turistici
6. Mercati ed internazionalizzazione del Piemonte
7. Governance e coordinamento
8. Linee d'intervento per la promozione accoglienza ed informazione turistica anno 2023.
 - a) Linee di intervento e sintesi delle azioni realizzabili da Regione Piemonte anche avvalendosi della collaborazione di Visit Piemonte S.c.r.l
 - b) Linee di intervento per il sostegno ai progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici, alle manifestazioni e iniziative turistiche, alla valorizzazione delle risorse turistiche locali ai sensi della l.r. n. 14/2016 e della l.r. n. 36/2000.

1.TURISMO NAZIONALE ED IN PIEMONTE: EVOLUZIONI 2022 E PROSPETTIVE PER IL 2023

Le elaborazioni di Enit su dati Istat, Unwto e Banca d'Italia, presentano per il 2022, l'Italia collocata al quarto posto nel mondo per i flussi da turismo internazionale con entrate pari a 21,3 miliardi di euro, in crescita del +22,7 % sul 2020. A novembre 2022, sempre sulla base di tali elaborazioni il nostro Paese presentava il più alto tasso di saturazione delle strutture prenotate tramite OTA fra i principali Paesi europei (37 %), mentre la saturazione del non alberghiero era stimata al 39 %; l'Italia sempre nello stesso mese registrava il più elevato incremento delle prenotazioni aeree internazionali verso il Paese, +65 % sul 2021 a quota 392 mila. Riguardo all'internazionale, nel suo più recente barometro la Unwto – Organizzazione Mondiale del Turismo segnala un'accelerazione della ripresa che ha ormai raggiunto il 63 % dei livelli pre-pandemici.

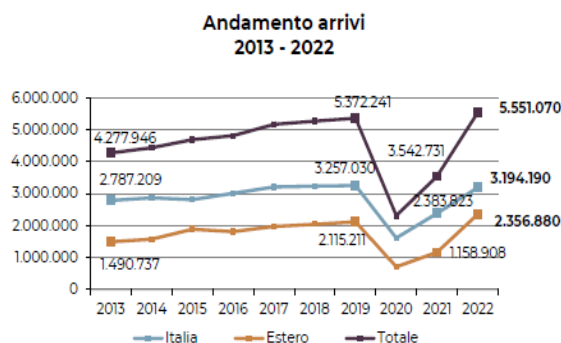
I confronti mensili hanno evidenziato andamenti crescenti: mentre a gennaio gli arrivi internazionali erano inferiori del 64 % rispetto al 2019, a settembre il gap si era ridotto al 27 %. Nel solo terzo trimestre si stima che gli arrivi internazionali siano stati 390 milioni, il 50 % del totale da inizio anno. L'Europa continua a guidare il trend positivo. Si sono infatti registrati complessivamente 585 milioni di arrivi internazionali, pari all'80 % dei livelli pre-pandemici. Si tratta di un dato più che raddoppiato rispetto al 2021 alimentato soprattutto da una forte domanda da altre regioni del mondo e, in particolare, dagli Stati Uniti. Particolarmente robusta la performance del terzo trimestre, che ha fatto registrare arrivi pari al 90 %

dell'equivalente periodo nel 2019. Il focus di Enit sul periodo Natale 2022 – Epifania 2023 al 23 dicembre 2022 ha registrato un aumento delle prenotazioni internazionali verso l'Italia del 57,3% rispetto allo stesso periodo 2021/2022. Continua la forte rappresentanza del mercato statunitense: le prenotazioni aeree per le vacanze di Natale dagli USA sono quasi raddoppiate rispetto al 2021/2022 (+49,8%) con una quota che sfiora il 21,0% sul totale arrivi esteri previsti. Seguono le prenotazioni da Germania, 26.970 (+22,2%) e Regno Unito, 21.730 (+34,0%), con un'incidenza rispettiva del 9,8% e del 7,9% sul totale. A livello di prenotazioni il Piemonte con la città di Torino presentava una variazione positiva del 28.7% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Sulla base delle prenotazioni OTA Dal 19 dicembre 2022 all'8 gennaio 2023, le prenotazioni delle camere disponibili nelle strutture ricettive sui canali delle Online Travel Agencies risultavano attualmente al 32,5%, contro il 19,0% dello stesso periodo del 2021-2022. Per l'intero periodo, tutti i prodotti superano la media nazionale, tranne il balneare,. In primis il comparto montano con il 44,0% della disponibilità prenotata.

Se la progressiva eliminazione o riduzione delle restrizioni in quasi tutti i Paesi ha certamente contribuito a favorire la crescita, la vera spinta sembra venire dall'evoluzione del viaggiatore. Non a caso il Sustainable Travel Report 2022 promosso da Booking, che ha intervistato 30 mila rispondenti in 32 Paesi, mostra scelte più consapevoli, sostenibili e rispettose durante tutta l'esperienza di viaggio, sin dalla prenotazione. Il 93 per cento degli italiani, e l'81 per cento su scala globale, considera importante viaggiare in modo sostenibile. Il nuovo viaggiatore vuole vivere soprattutto esperienze che “fanno sentire bene”; cerca natura, attività all'aria aperta, e soprattutto esperienze autentiche. Ne è esempio un esempio il turismo lento dei cammini, che si stanno ampliando da quelli spirituali ai cammini improntati al benessere.

Per quanto concerne lo scenario piemontese, dalle elaborazioni dell'Osservatorio turistico regionale, nel 2022 si sono registrati movimenti turistici maggiori rispetto a quelli rilevati nel 2021 e 2019. Rispetto al 2021 + 57% di arrivi e + 51% presenze mentre rispetto al 2019 + 3,3% di arrivi e + 0,1 % pernottamenti. Risultato ottenuto grazie all'aumento dei movimenti dall'estero: +11% rispetto al periodo pre-pandemico. La quota di pernottamenti di turisti stranieri sale al 47%, sotto la spinta della crescita dei movimenti esteri e del rallentamento del turismo interno (-21% di arrivi e -37% di pernottamenti dal Piemonte in confronto al 2019). L'80% dei pernottamenti esteri è generato da turisti provenienti dai principali 7 mercati europei – Germania, BeNeLux, Francia, Svizzera, UK, Scandinavia, Spagna - e dagli USA.

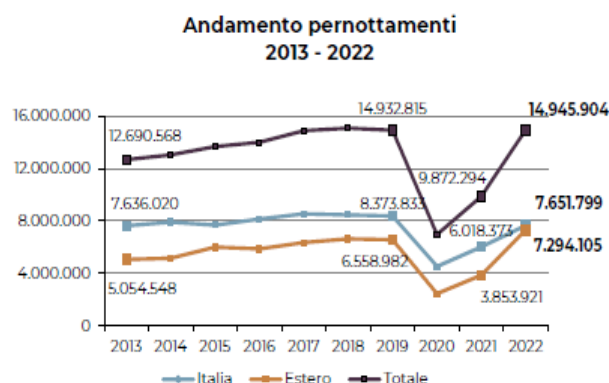
Movimenti turistici in Piemonte – andamento arrivi ultimi 10 anni



2022 vs 2013: +29,76%
 2022 vs 2019: +3,33%
 2022 vs 2021: +56,69%

Provenienza	2022 vs 2021	2022 vs 2019
Italia	34,0%	-1,9%
Estero	103,4%	11,4%

Movimenti turistici in Piemonte – andamento pernotti ultimi 10 anni



2022 vs 2013: +17,77%

2022 vs 2019: +0,09%

2022 vs 2021: +51,39%

Provenienza	2022 vs 2021	2022 vs 2019
Italia	27,14%	-8,6%
Estero	89,26%	11,2%

La Germania è sempre il primo mercato estero per arrivi e pernottamenti: i turisti tedeschi che hanno scelto il Piemonte hanno prodotto un incremento del 23% degli arrivi e del 30% dei pernottamenti rispetto al 2019; a seguire, Benelux, Francia e Svizzera, che superano tutti i valori del 2019. In quinta posizione il Regno Unito che, pur restando sotto ai valori del periodo pre- pandemico (e pre-Brexit), moltiplica per otto i valori del 2021.

Si segnala la settima posizione degli Stati Uniti che registra una crescita delle presenze di quasi il 7% rispetto al 2019.

Infine, la Spagna, in ottava posizione, registra una crescita importante rispetto al periodo pre- pandemico: +35% di arrivi e +44% di pernottamenti.

Guardando alle provenienze italiane, Piemonte e le regioni di prossimità (Lombardia e Liguria) sono le tre principali provenienze. Il turismo interno cresce di più in termini di arrivi (+20%) che di pernottamenti (+16%), lasciando ancora a distanza i risultati del 2019.

Analizzando le diverse aree del territorio piemontese, si evidenzia che:

nel periodo estivo 2022, il prodotto lago registra +39% degli arrivi e +40% delle presenze rispetto allo stesso periodo del 2021 e migliora i risultati del 2019: +15% di arrivi e +16% di pernottamenti. La componente estera, predominante in questo territorio, fa registrare l'84% dei pernottamenti e risulta in crescita del 14% di arrivi e del 18% di presenze rispetto all'estate del 2019;

rispetto al 2021, crescita anche per la montagna estiva: +26% di arrivi e +19% di presenze, superando negli arrivi anche i valori del 2019: +8%.

Nella stagione invernale 2021/2022, la montagna quintuplica i valori rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, colpito pesantemente dalle restrizioni dettate dalla pandemia; in confronto alla stagione 2019/2020, si registra una crescita del 27% di arrivi e dell'8% di presenze;

Ottimo l'andamento del 2022 per le colline piemontesi per le quali si registra un aumento degli arrivi del 33% e del 31% delle presenze rispetto al 2021; in crescita anche in confronto al periodo pre-pandemico: +7% di arrivi e +12% di presenze;

Torino e la prima cintura registrano nel 2022 un incremento di oltre il 75% di arrivi e del 60% di presenze rispetto al 2021 superando anche i valori del 2019, con quasi +3% di arrivi e +7% di presenze.

Grazie agli eventi ospitati nel capoluogo piemontese, il 2022 chiude con +87,7% di arrivi e +64,7% di presenze rispetto al 2021. L'incremento dei movimenti turistici è nettamente positivo anche in confronto al 2019: +5,6% di arrivi e +6% di presenze. La quota dei pernottamenti di provenienza italiana supera ancora nettamente quella estera: rispettivamente, 63% e 37%.

Piemonte e Lombardia sono le due principali provenienze: i lombardi superano i dati del 2019, +20% di arrivi e +87% di presenze, registrando una crescita del tempo medio di permanenza che passa da 1,8 a 2,9 notti. I movimenti dall'estero moltiplicano per 2,5 il valore del 2021 e crescono anche rispetto al 2019: +23% gli arrivi e +26,8% le presenze. Il primo mercato estero è la Francia, che vale il 18% della quota estera. Seguono Spagna, Svizzera e Germania, con il 7%. Emerge la performance del mercato spagnolo: +70% nei pernottamenti rispetto al 2019. Da segnalare la sesta posizione degli Stati Uniti che registrano una crescita di quasi il 12% delle presenze rispetto al 2019. Analizzando l'andamento mensile, è ottobre quello che registra il maggior numero di arrivi - quasi 169.000 - seguito da novembre; maggio, invece, segna il valore più alto nei pernottamenti: oltre 470.000.

Il monitoraggio delle recensioni on-line conferma l'aumento dei visitatori della nostra regione, evidenziando incrementi coerenti con le prime indicazioni dei dati statistici dei movimenti turistici. In particolare, si evidenzia che, per il comparto della ricettività, direttamente correlato agli arrivi turistici, il numero delle recensioni in Piemonte nel 2022 è aumentato del 50,9% rispetto al 2021: il sentiment del periodo per il "prodotto" Piemonte nel suo complesso - ricettività, ristorazione e attrazioni - è pari a 86,9/100, più positivo rispetto al totale Italia pari a 86,3/100; per il comparto ricettività: 85,8/100 per il Piemonte vs 84,9/100 per l'Italia;

Per quanto riguarda le aree prodotte piemontesi, le recensioni relative alla filiera ricettiva hanno registrato incrementi importanti in tutti i territori:

- Lago: +52,8%;
- Montagna: +42,7%;
- Colline: +25,2%;
- Torino e prima cintura: +84,9%.

Prospettive internazionali per il 2023

Sulla base degli scenari dell'UNWTO per il 2023, quest'anno gli arrivi di turisti internazionali potrebbero raggiungere dall'80% al 95% dei livelli pre-pandemici, tuttavia condizionati dal fenomeno del rallentamento economico, della ripresa in corso dei viaggi in Asia e nel Pacifico e dell'evoluzione dell'offensiva russa in Ucraina.

La recente revoca delle restrizioni di viaggio legate al COVID-19 in Cina, il più grande mercato in uscita del mondo nel 2019, è un passo significativo per la ripresa del settore turistico in Asia e Pacifico e in tutto il mondo. A breve termine, la ripresa dei viaggi dalla Cina dovrebbe giovare in particolare alle destinazioni asiatiche. Tuttavia, ciò dipenderà dalla disponibilità e dal costo dei viaggi aerei, dalle normative sui visti e dalle restrizioni relative al COVID-19 nelle destinazioni.

Allo stesso tempo, la forte domanda dagli Stati Uniti, sostenuta da un dollaro USA forte, continuerà a beneficiare le destinazioni nella regione e oltre. L'Europa continuerà a beneficiare di forti flussi di viaggi dagli Stati Uniti, in parte a causa di un euro più debole rispetto al dollaro USA.

Notevoli aumenti delle entrate del turismo internazionale sono stati registrati nella maggior parte delle destinazioni, in molti casi superiori alla crescita degli arrivi. Ciò è stato supportato dall'aumento della spesa media per viaggio dovuto a periodi di soggiorno più lunghi, dalla disponibilità dei viaggiatori a spendere di più nella loro destinazione e dai maggiori costi di viaggio dovuti all'inflazione. Tuttavia, la situazione economica potrebbe tradursi in turisti che adotteranno un atteggiamento più cauto nel 2023, con spese ridotte, viaggi più brevi e viaggi più vicini a casa.

Inoltre, la continua incertezza causata dall'aggressione russa contro l'Ucraina e altre crescenti tensioni geopolitiche, nonché le sfide sanitarie legate al COVID-19 rappresentano anche rischi al ribasso e potrebbero pesare sulla ripresa del turismo nei prossimi mesi.

L'ultimo indice di fiducia dell'UNWTO mostra un cauto ottimismo per gennaio-aprile, superiore rispetto allo stesso periodo del 2022. Questo ottimismo è sostenuto dall'apertura in Asia e dai forti numeri di spesa nel 2022 dai mercati di origine turistica sia tradizionali che emergenti, con Francia, Germania e l'Italia, così come il Qatar, l'India e l'Arabia Saudita hanno tutti registrato ottimi risultati.

L'UNWTO prevede un anno forte per il settore anche di fronte a diverse sfide, tra cui la situazione economica e la continua incertezza geopolitica.

2.LO SCENARIO DI RIFERIMENTO: IL CONTESTO NORMATIVO E PROGRAMMATICO.

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)

Il Programma annuale delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica indica:

- l'andamento della domanda turistica in Piemonte, le tendenze e le prospettive di mercato; gli obiettivi di consolidamento e incremento del movimento turistico in Piemonte, articolati per prodotti turistici e ambiti territoriali;
- gli indirizzi e le modalità di coordinamento dell'azione promozionale della Regione e di quella svolta da altri soggetti pubblici e privati, con particolare riferimento all'attività di Visit Piemonte S.c.r.l., delle Agenzie di promozione ed accoglienza turistica locale (ATL) e dei Consorzi di Operatori Turistici;
- le azioni e gli strumenti principali, le risorse finanziarie necessarie per il conseguimento degli obiettivi dei programmi annuali, le risorse da destinare all'attività di promozione turistica svolta da Visit Piemonte S.c.r.l., dalle ATL e dai Consorzi di Operatori Turistici, nonché i criteri di riparto delle stesse;
- i criteri e le modalità di utilizzo delle risorse stanziare nel bilancio regionale per l'anno di riferimento, gli obiettivi e le iniziative da attuare, le relative previsioni di spesa, le risorse finanziarie da destinare agli affidamenti di attività a Visit Piemonte S.c.r.l. e da concedere alle ATL, ai Consorzi di Operatori Turistici e agli uffici di informazione e accoglienza turistica (IAT).

La Regione Piemonte, ai sensi dell'art. 5 comma 4 della suddetta legge, si avvale del supporto tecnico e organizzativo di Visit Piemonte S.c.r.l. per l'attuazione delle proprie iniziative e dei programmi concernenti la promozione turistica e l'analisi e la consulenza di marketing turistico ove sussistano le condizioni legittimanti in materia di affidamento diretto di cui agli articoli 5 e 192 del dlgs 50/2016, nonché alla D.G.R. 2-6001 del 01 dicembre 2017, come da ultimo modificata dalla D.G.R. 21-2976 del 12 marzo 2021.

Documento di Economia e Finanza Regionale (DEFR) 2023 – 2025 e relativa nota di aggiornamento approvati rispettivamente con deliberazioni del Consiglio regionale n. 255-25285 e 256-25286 in data 22 dicembre 2022. 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.

Legge regionale n. 28 del 27 dicembre 2022 “Autorizzazione all'esercizio provvisorio del bilancio della Regione per l'anno 2023 e disposizioni finanziarie”.

D.G.R. n. 32-5844 del 21 ottobre 2022 “Legge regionale 14/2016. Approvazione del documento “Linee di indirizzo strategico per il turismo 2022 – 2024 – LIST” quale strategia regionale di medio - lungo termine per lo sviluppo coordinato di iniziative nel campo turistico”. Il documento costituisce la strategia regionale a medio – lungo termine per lo sviluppo coordinato di iniziative nel campo turistico

in raccordo con le altre strategie di sviluppo regionali quali, in particolare, DFER, Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile, Piano Triennale della Cultura.

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.

Documento: “Strategia per lo Sviluppo della montagna del Piemonte”: Strumento di attuazione della legge regionale n.14/2019 e della Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile si propongono 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.

Documento: “ Piano regionale della mobilità e dei trasporti “ approvato con D.C.R. 256-2458 del 16 gennaio 2018 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.

Documento: “ Verso il piano regionale generale della mobilità ciclistica” Luglio 2022 Previsto dalla L. 2 gennaio 2018 art. 5. 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.

Piano Paesaggistico Regionale (Ppr) approvato con 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.

3 LA STRATEGIA 2022-2024

Le “**Linee di indirizzo strategico per il turismo 2022 – 2024 – LIST**” costituiscono la strategia regionale di medio - lungo termine per lo sviluppo coordinato di iniziative nel campo turistico in raccordo con le altre strategie di sviluppo regionali quali, in particolare, DFER, Strategia regionale per lo sviluppo sostenibile, Piano Triennale della Cultura.

Di seguito si riportano le **specifiche linee d'indirizzo strategico previste dal documento LIST 2022-2024 per l'ambito della Promo-comunicazione:**

- Favorire una programmazione il più possibile pluriennale per cogliere appieno le opportunità e puntare all'efficacia ed efficienza delle azioni.
- Promuovere un piano di comunicazione integrato che parli del brand Piemonte comune a tutto il territorio regionale.
- Sostenere la promozione dell'ampio ventaglio di opportunità per il turista, superando la frammentazione territoriale e i confini amministrativi della dimensione ultra-locale per promuovere le potenzialità di area vasta, anche includendo mete/itinerari che “sconfinano” in altre

province/regioni/stati ma che possono avere un punto di partenza o arrivo nella regione utilizzando circuiti o percorsi tematici (ad esempio la Via Francigena, oppure il colli alpini di Giro e Tour, il tracciato EuroVelo, il Tour del Monviso, ecc.)

- Uso delle eccellenze enogastronomiche come marchi promozionali.
- Arricchire di contenuti e integrare fra loro i canali web di informazione e comunicazione turistica anche attraverso lo sviluppo dell'interoperabilità.
- Aumentare la visibilità su tutti i canali media (TV, radio, internet, social, riviste, ecc), anche attraverso l'uso di testimonial, influencer, o grandi marchi locali). Sfruttare i numerosi richiami storico-culturali o sportivi per eventi di promozione o creazione di brand identificativi (le Grandi Salite di Giro e Tour ad esempio).
- Promuovere piani di promozione integrati per canali e strumenti che possano essere efficaci per i mercati e segmenti target.
- Individuare prodotti, marchi, eventi o piattaforme infrastrutturali chiave nel prossimo triennio attraverso cui veicolare la vetrina di promo-comunicazione di tutto il territorio regionale.
- Elaborare strumenti di comunicazione cartacea (mappe e depliant) che siano utili, funzionali, integrati con il web (uso del QR code)..
- Armonizzare il più possibile la segnaletica e l'uso dei marchi per evitare sovrapposizioni e duplicati.
- Sostenere il più possibile le manifestazioni sportive/culturali e enogastronomiche legate al territorio favorendone la comunicazione e la promozione e coinvolgendo anche il sistema scolastico.
- Costruire partnership con aziende di abbigliamento/attrezzature sportive per organizzare eventi o promuovere destinazioni.

L'obiettivo primario, nell'attuale scenario, è il recupero/consolidamento dei flussi turistici verso la regione e della quota di apporto del turismo all'economia regionale, mediante il continuo interfacciarsi con tutti quei settori regionali, quale la cultura, lo sport, l'ambiente, le produzioni agricole, artigianali e industriali, che possano fattivamente contribuire ad affermare il brand Piemonte e, attraverso questo, i prodotti turistici e le eccellenze della regione.

4. OBIETTIVI DEL PROGRAMMA 2023

Gli obiettivi cui la Regione, nell'attuare le proprie politiche per il turismo - ai sensi della l.r. n. 14/2016 - dovrà tendere e a cui contribuiscono le azioni sviluppate dal presente programma nel corso del 2023, sono i seguenti:

- Migliorare l'efficienza della governance del sistema turistico regionale per affrontare le nuove sfide globali e rendere il Piemonte più competitivo, inclusivo e sostenibile.
- Integrare, qualificare, innovare l'offerta turistica regionale in ottica di sostenibilità favorendo la creazione di nuovi prodotti turistici, il consolidamento di quelli esistenti e la loro promo-commercializzazione.
- Promuovere il posizionamento del Piemonte (prodotto & territorio) in un mercato globale che andrà incontro a radicali trasformazioni dati i vincoli economici, culturali, industriali e sempre più orientati allo sviluppo ambientalmente sostenibile.
- Rafforzare la promozione turistica regionale in occasione degli eventi nazionali ed internazionali organizzati sul territorio piemontese, potenziare il marketing e la comunicazione delle destinazioni turistiche piemontesi in relazione all'evoluzione della domanda turistica e a quelli che saranno i mutati orientamenti dei mercati turistici nazionali e esteri nel nuovo scenario post pandemico.
- Favorire la transizione al digitale, lo sviluppo e la diffusione dei nuovi strumenti di business matching tra domanda e offerta rivolti agli operatori del sistema ricettivo, agli enti preposti all'accoglienza ed all'informazione turistica e ai fornitori di altri servizi rivolti ai turisti.

Il comparto turistico piemontese conta oltre 46 mila imprese (pari al 10% del totale regionale) e circa 153 mila addetti (11% del totale): un settore fino al periodo pre-Covid in costante crescita che rappresenta un valore di indotto di 7,5 miliardi di euro, pari al 7,4% del PIL regionale.

Obiettivo generale è aumentare il valore percentuale dell'incidenza del comparto turistico riportandolo ai valori pre-Covid. Per raggiungere tale obiettivo è importante la crescita a volume, cioè aumento di arrivi e presenze, affiancata da una crescita a valore. La crescita a valore si genera attraverso il conseguimento di una maggiore internazionalizzazione sul totale degli arrivi, rivolgendosi a mercati target tendenzialmente alto spendenti (scandinavia, usa etc) ed a segmenti affluenti (golf, luxury. Etc.).

5. I PRODOTTI TURISTICI

Coerentemente con le Linee di indirizzo strategico per il Turismo in Piemonte 2022-2024, il presente programma annuale prevede interventi tesi allo sviluppo e promozione dei prodotti turistici principali piemontesi - outdoor, enogastronomia, cultura e eventi - unitamente ai prodotti trasversali del MICE e Bleisure in un'ottica complessiva di "accessibilità per tutti", introducendo leve specifiche per segmenti target di domanda e mercati obiettivo (tradizionali e consolidati, in espansione, emergenti / di nicchia/potenziati).

OUTDOOR (Cicloturismo, bike, escursionismo, etc...)	Congressuale	Bleisure Holidayworking
SCI INVERNALE		
ENOGASTRONOMIA		
CULTURA		
CASTELLI E FORTEZZE		
BORGHI E CAMMINI		
GOLF		
EVENTI		
Accessibilità per tutti		

Inoltre, saranno oggetto di analisi e sviluppo le nicchie legate al Turismo industriale, al Turismo delle radici, all'UNESCO e saranno sviluppate le declinazioni per arricchire la profondità di gamma sui principali prodotti selezionati con le seguenti caratterizzazioni per segmenti di domanda:

- Green & sostenibile;
- Pet friendly;
- Family;
- Luxury.

6. 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.

Se pur il contesto internazionale sia particolarmente complesso dovuto in particolare alla crisi energetica conseguente del conflitto bellico in Europa, la voglia di viaggiare è confermata dai movimenti turistici in crescita a livello internazionale.

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 regione¹.

¹

Paesi europei: mercati consolidati: DACH, Francia, Regno Unito, Irlanda, Scandinavia, Spagna, Benelux, mercati emergenti quali Israele Polonia Paesi extra europei: Stati Uniti, Sud America per turismo delle radici. Fonte : Osservatorio turistico regionale.

Alla luce dell'attuale contesto e dell'evolvere della situazione post-emergenza Covid, i mercati di riferimento sono soggetti a variazione in relazione all'adozione di eventuali restrizioni ai movimenti turistici.

7. GOVERNANCE E COORDINAMENTO

Il sistema turistico piemontese è rappresentato da diverse realtà che promuovono il territorio al fine di garantire al potenziale turista, un servizio attento e specifico su ogni prodotto: Enti locali, ATL (Agenzie di promozione ed accoglienza turistica locale), uffici IAT (uffici d'informazione turistica), Consorzi turistici riconosciuti e Pro loco.

Con la legge regionale n. 14 del 11 luglio 2016 in materia di organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte, la Regione si è impegnata a cambiare la governance del turismo per dare vita ad un modello di gestione che coinvolga tutti gli attori del sistema, ottimizzi il lavoro di promozione, e permetta di essere in linea con le moderne dinamiche del settore.

La legge regionale 14/2016 ha delineato un nuovo assetto dell'organizzazione turistica regionale, nel quale la Visit Piemonte, le ATL e i Consorzi di operatori turistici riconosciuti svolgono un ruolo centrale e strategico.

Partecipazione della Direzione e del Settore Valorizzazione turistica del territorio ai tavoli di lavoro tematici interregionali e ministeriali per il raccordo più ampio possibile a tutti i livelli.

VISIT PIEMONTE S.c.r.l.

Visit Piemonte s.c.r.l., 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.

Visit Piemonte S.c.r.l. svolge inoltre un importante ruolo di supporto progettuale e organizzativo nell'ambito delle attività regionali di promozione dell'agroalimentare piemontese.

CEIPIEMONTE S.c.p.a

Ceipiemonte S.c.p.a. supporta le aziende nello sviluppo di nuovi modelli di crescita internazionale per affrontare il mercato globale e aiutare le aziende e gli investitori esteri a scoprire le eccellenze del nostro territorio e ad insediarsi in Piemonte. Opera in diversi settori economici **per favorire la crescita dell'innovazione, della competitività e dell'attrattività del Piemonte**. Ceipiemonte è una società *in house* della Regione Piemonte con azionariato al 100% pubblico.

OSSERVATORIO REGIONALE DEL TURISMO

L'Osservatorio del Turismo, gestito da Visit Piemonte s.c.r.l. su incarico di Regione Piemonte, analizza la situazione dell'offerta, l'andamento e l'evoluzione della domanda e dei flussi attraverso la raccolta e l'elaborazione dei dati.

L'attività dell'Osservatorio è realizzata attraverso un team che coniuga competenze di tipo statistico e conoscenza del settore turistico e del territorio, e la disponibilità di strumenti informatici che permettono l'archiviazione, l'elaborazione e la gestione di notevoli quantità di dati.

L'attività in essere da anni, prevede un forte supporto anche nella fase di raccolta dati che si inserisce nell'ambito dell'indagine nazionale ISTAT dei "Movimenti dei clienti nelle strutture ricettive", oltre che all'elaborazione e divulgazione degli indicatori.

Il processo di raccolta dei dati statistici relativi ai flussi turistici della regione piemonte è piuttosto complesso e articolato, poiché richiede il coinvolgimento di molti attori: strutture ricettive, Uffici Statistici Provinciali, ATL, Uffici Regionali, Uffici Comunali.

AGENZIE DI ACCOGLIENZA E DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE

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 di competenza.

Il sistema turistico locale è formato, attualmente, dalle seguenti agenzie di accoglienza e promozione turistica locale:

- ATL di Alessandria.
- 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.

CONSORZI DI OPERATORI TURISTICI

L'art 18 della l.r. n. 14/2016 definisce i consorzi di operatori turistici quali 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 sulla base di criteri e modalità stabiliti con deliberazione della Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, i consorzi di operatori turistici di rilevante interesse regionale.

I consorzi di operatori turistici, riconosciuti ai sensi del comma 2 di detto articolo, possono beneficiare dei contributi di cui all'articolo 19 "Contributi per l'organizzazione turistica", nonché dei contributi di cui all'articolo 21 "Contributi per la promozione e commercializzazione dei prodotti turistici."

ASSOCIAZIONI PRO LOCO

Le Associazioni Pro loco sono organismi di natura privatistica che, senza finalità di lucro, svolgono attività di promozione e valorizzazione del territorio e di utilità sociale e sono riconosciute dalla legge regionale 7 aprile 2000 n. 36 "Riconoscimento e valorizzazione delle associazioni pro loco", che ha istituito l' "Albo delle associazioni turistiche pro loco".

La Regione riconosce inoltre l'attività dell'Unione Nazionale Pro Loco d'Italia (UNPLI), organismo di coordinamento delle associazioni pro loco iscritte a tale Unione, quale soggetto che può concorrere in via diretta alla promozione turistica ed alla valorizzazione territoriale del Piemonte.

La legge regionale n. 25 del 2021 introduce modifiche agli artt. 1 e 2 della legge regionale n. 36/2000, al fine di addivenire ad una formulazione legislativa che sia conforme alle disposizioni di cui al decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117 (Codice del Terzo settore) e che consenta di superare le criticità derivanti dall'attuale riferimento alle Associazioni Pro loco quali "associazioni di volontariato", in modo da agevolare il percorso di iscrizione delle Associazioni Pro Loco medesime nel Registro Regionale delle Associazioni di Promozione Sociale.

In particolare, alla luce della recente disciplina recata dal Codice del Terzo settore, la qualificazione delle associazioni pro loco come "associazioni di volontariato", operata dalla legge regionale 36/2000, ha

generato alcuni dubbi interpretativi in merito al riferimento alla sola tipologia di organizzazioni di volontariato (ODV). Infatti, le Associazioni Pro Loco, pur inquadrandosi, al pari delle ODV, quali enti associativi su prevalente base volontaria, per le finalità perseguite sono riconducibili alla categoria delle associazioni di promozione sociale.

8. LINEE D'INTERVENTO PER LA PROMOZIONE, ACCOGLIENZA ED INFORMAZIONE TURISTICA - ANNO 2023

Il Programma di promozione, accoglienza ed informazione turistica per l'anno 2023 è articolato nelle due seguenti linee d'intervento con le relative azioni.

1) Linee d'intervento ed azioni di promozione, accoglienza ed informazione turistica realizzabili direttamente da Regione Piemonte ai sensi della l.r. 14/2016, anche avvalendosi della collaborazione di Visit Piemonte S.c.r.l., ove sussistano le condizioni legittimanti in materia di affidamento diretto di cui agli articoli 5 e 192 del dlgs 50/2016, nonché alla D.G.R. 2-6001 del 01 dicembre 2017, come da ultimo modificata dalla D.G.R. 21-2976 del 12 marzo 2021;

2) Linee d'intervento a sostegno delle attività e progetti di promozione accoglienza ed informazione turistica realizzati dalle ATL, delle attività e progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici realizzati dai Consorzi di operatori turistici di rilevante interesse regionale, delle manifestazioni e iniziative turistiche, realizzate da enti pubblici, associazioni senza scopo di lucro ai sensi della l.r. 14/2016 e delle iniziative di valorizzazione delle risorse turistiche locali realizzate dalle associazioni proloco ai sensi della l.r. 36/2000.

Tenuto conto dell'entità di risorse stanziata ai fini attuativi dei precedenti programmi, della ripartizione percentuale di dette risorse tra le linee di intervento ad attuazione diretta e a bando per la concessione di contributi, nonché dell'entità previsionale di spesa prevista per la realizzazione del presente programma stimata per il primo trimestre dell'anno 2023 in €. 2.056.750,00 si prevede il seguente riparto percentuale di spesa entro i cui limiti si farà riferimento nell'utilizzo delle risorse assegnate.

1) Linee d'intervento ed azioni di promozione, accoglienza ed informazione turistica realizzabili direttamente da Regione Piemonte ai sensi della l.r. 14/2016, anche avvalendosi della collaborazione di Visit Piemonte S.c.r.l., ove sussistano le condizioni legittimanti in materia di affidamento diretto di cui agli articoli 5 e 192 del dlgs 50/2016, nonché alla D.G.R. 2-6001 del 01 dicembre 2017, come da ultimo modificata dalla D.G.R. 21-2976 del 12 marzo 2021, fino ad un massimo del 58,00% c.ca, del suddetto importo.

2) Linee di intervento per il sostegno alle manifestazioni e iniziative turistiche, ai progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici, alla valorizzazione delle risorse turistiche locali ai sensi delle leggi regionali nn. 14/2016, 13/2020 e 36/2000 fino ad un massimo del 42,00% c.ca, del suddetto importo.

Dette entità percentuali potranno subire variazioni in relazione alle risorse assegnate ed in funzione di eventuali aggiornamenti del Programma.

8 a) LINEE DI INTERVENTO E SINTESI DELLE AZIONI REALIZZABILI DA REGIONE PIEMONTE ANCHE AVVALENDOSI DELLA COLLABORAZIONE DI VISIT PIEMONTE S.c.r.l.

Di seguito si presentano le linee di intervento con la sintesi delle azioni delle azioni attivabili direttamente dal Settore Valorizzazione turistica del territorio e dal Settore Promozione internazionale anche avvalendosi della collaborazione di Visit Piemonte S.c.r.l., ove sussistano le condizioni legittimanti in materia di affidamento diretto di cui agli articoli 5 e 192 del Dlgs 50/2016, nonché alla D.G.R. 2-6001 del 01.dicembre 2017, come da ultimo modificata dalla D.G.R. 21-2976 del 12 marzo 2021.

Le attività realizzabili tramite Visit Piemonte s.c.r.l., verranno ricomprese nel Piano annuale di attività 2023 della società medesima in coerenza con la programmazione regionale, ad integrazione e rafforzamento delle azioni direttamente realizzate dalla Regione Piemonte e in relazione alle risorse

economiche disponibili sul capitolo 140699 e 128510 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025.

Studi ed analisi inerenti il sistema turistico piemontese

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 operante presso Visit Piemonte. Di seguito, la sintesi delle azioni che saranno realizzate nell'anno in corso con il supporto dell'Osservatorio regionale.

- Consolidamento dello sviluppo del progetto di change management circa il processo – piattaforma di raccolta e gestione dei dati turistici «Piemonte Dati Turismo».
- Progettazione, realizzazione/utilizzo/attivazione di:
 - strumenti o servizi di analisi e monitoraggio ad integrazione delle statistiche ufficiali con particolare riferimento a Sentiment e Big Data Analysis;
 - strumenti o servizi di sondaggi/ricerche sulla propensione degli italiani e dei turisti europei e internazionali all'acquisto di un soggiorno in Piemonte nelle stagioni turistiche 2023;
 - strumenti o servizi di analisi della spesa per turismo;
 - strumenti o servizi di indagine ad hoc su aree/prodotti/filiere– mercato finalizzate a sviluppare le attività di marketing;
 - reporting delle statistiche ufficiali su dati provvisori necessario ai fini del riscontro richiesto dal sistema turistico regionale;
 - ricerche di letteratura e monitoraggio dell'evoluzione del contesto generale a livello internazionale;
 - studi e ricerche di mercato per target specifici e dell'offerta piemontese disponibili a supporto delle attività di sviluppo prodotto.
- Divulgazione delle informazioni e della conoscenza acquisita agli stakeholders del sistema turistico regionale.
- Divulgazione delle informazioni e della conoscenza desunta dall'elaborazione dei dati e reporting all'interno di tavoli di lavoro e/o gruppi di lavoro e progetti degli Osservatori Turistici locali .

Marketing turistico

Le attività di marketing turistico di seguito elencate sono rivolte allo sviluppo e alla promozione dei prodotti turistici piemontesi, declinati in profondità di gamma, sui mercati target individuati anche in condivisione con le ATL piemontesi.

Di seguito le attività previste:

- Realizzazione ed aggiornamento del catalogo degli operatori del prodotto turistico piemontese (T.O., A.d.V., Consorzi Turistici) attraverso la sensibilizzazione la formazione degli operatori.
- Attivazione di leve specifiche (campagne digital di promo commercializzazione offerta, azioni di co-marketing, eventi speciali etc.) declinate per prodotto/mercato/stagionalità volte a promuovere i temi di punta dell'offerta regionale quali: montagna invernale, outdoor, enogastronomia, arte cultura, luxury, golf, ed altri dal potenziale interessante quali il turismo industriale, turismo delle radici, territori UNESCO. A riguardo di quest'ultimo tema, saranno attivate specifiche azioni per l'organizzazione del World Tourism Event UNESCO 2023 che si terrà a Torino dal 21 al 23 settembre 2023.
- Sviluppo del prodotto Outdoor attraverso il riconoscimento e la valorizzazione dei cammini, degli itinerari turistici del Piemonte e delle strade di montagna d'interesse turistico, favorendo l'integrazione e valorizzazione dei servizi di trasporto e di interscambio.
- Iniziative per la valorizzazione dei borghi autentici e delle tratte ferroviarie storiche del Piemonte.
- Potenziamento dell'offerta dei principali prodotti in termini di profondità di gamma per diversi target di domanda (Green, sostenibile, with pets, 4 all, family etc) e mercati focus, attraverso laboratori di sviluppo offerta (Thinking Design).
- Promozione dell'offerta di prodotto all'interno di piattaforme digitali secondo la logica di pronta veicolazione ed interoperabilità con altre piattaforme (es. Italia.it/ Enit, sistemi informativi delle ATL piemontesi).

- Integrazione delle azioni di sviluppo prodotto e promozione con le azioni di comunicazione, fiere e road show.
- Realizzazione di sessioni e seminari formativi Tour Operator Incoming piemontesi.
- Sviluppo delle offerte a tema Luxury e Golf attraverso sessioni di formazione degli operatori finalizzate alla successiva promo commercializzazione delle stesse.

Sviluppo prodotto e promo-commercializzazione dell'offerta

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.

Gli operatori turistici piemontesi - in possesso dei requisiti di seguito elencati, potranno partecipare unitamente alla Regione alle manifestazioni espositive, fieristiche e borsistiche in ambito nazionale ed internazionale, mediante una postazione dedicata per l'attività di commercializzazione dei prodotti turistici regionali:

- Tour Operator dell'incoming (con minimo un anno di attività);
- Consorzi turistici (riconosciuti ai sensi dell'art. 18 – l.r. 14/2016);
- Operatori della ricettività:
 - Settore alberghiero: strutture con minimo 100 camere o 4/5 stelle;
 - Settore extra-alberghiero: strutture con minimo 50 camere, anche in forma aggregata (es. associazioni).

Gli operatori sopra indicati, ai fini della partecipazione alle manifestazioni in argomento, 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 dei servizi forniti nel rispetto della normativa in materia di Aiuti di Stato.

Per alcune manifestazioni fieristiche la partecipazione regionale sarà all'interno della collettiva organizzata dall'ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo.

In conseguenza dell'evento pandemico e dei suoi impatti sul contesto turistico internazionale, è inoltre necessario che le destinazioni a vocazione turistica abbiano consapevolezza dei nuovi trend e lavorino con gli stakeholder del proprio territorio, attraverso azioni di promozione e destination marketing volte ad intercettare la domanda potenziale, indirizzandola alla scelta del Piemonte come meta per le proprie vacanze.

Temi principali dell'offerta regionale, su cui è possibile ipotizzare un percorso di aggiornamento e promozione sono: montagna invernale, outdoor, slow tourism, food&wine, arte e cultura, luxury, golf, turismo sociale e turismo accessibile.

Sono previste le seguenti attività:

- Partecipazione ad importanti fiere nazionali, oltre all'organizzazione di eventi di promozione e presentazione dell'offerta (es. BIT di Milano ed. 2023 e attività preparatoria per la partecipazione all'edizione successiva, TTG di Rimini, BMT di Napoli 2024, ecc...).
- Organizzazione di un workshop mono-prodotto con relativo post tour (es. Workshop Neve e/o partecipazione a iniziative e manifestazioni dedicate sul tema "montagna invernale").
- Programmazione di un percorso di formazione su prodotto, con intervento di specialisti internazionali (es. formazione offerta Luxury).
- Avvio di un programma di co-marketing con compagnie ferroviarie su mercati di prossimità (es. SNCF)

- Raccolta offerte operatori piemontesi da veicolare tramite sito visitpiemonte e realizzazione di mini campagne digital per indirizzare traffico su di esse.

Trade fiere ed eventi internazionali.

L'incremento dei flussi turistici internazionali collegata al valore è uno dei fattori che concorre maggiormente alla crescita dell'incidenza del comparto turistico sul PIL regionale. Tra le attività che è opportuno rafforzare sui mercati esteri vi sono le grandi fiere di settore (B2B e B2C), gli eventi speciali di presentazione dell'offerta regionale, i road show e workshop nei mercati target.

Tra i principali eventi internazionali cui potrà essere prevista la partecipazione piemontese si segnalano:

- CONNECT - Tangier, Morocco - 22 / 24 febbraio 2023
- F.re.e. - Monaco, 22/26 febbraio - OUTDOOR
- ITB - Berlino, 7-9 marzo 2023
- Salon du Randonneur - Lione, 24/26 marzo 2023 – OUTDOOR
- IMEX - Francoforte, 23 -25 maggio 2023 - MICE
- IFTM TOP RESA - Parigi, 3-5 ottobre 2023
- IGTM - 16/19 ottobre 2023 - GOLF
- WTM - Londra - novembre 2023
- IBTM - Barcellona, novembre / dicembre 2023 - MICE
- ILTM - Cannes, dicembre 2023 – LUXURY

Inoltre è prevista l'attività preparatoria per l'adesione e l'organizzazione della partecipazione regionale ad eventi del primo trimestre 2024, tra i quali si segnalano:

- Vakantiebeurs – gennaio 2024- OUTDOOR
- FITUR- Madrid, gennaio 2024
- F.re.e. - Monaco, febbraio 2024 – OUTDOOR
- ITB Berlino marzo 2024
- FERIENMESSE Vienna Marzo 2024
- Salon du randonneur Lione marzo 2024 OUTDOOR
- Organizzazione di road show sui principali mercati target ed alto spendenti del Nord Europa, al fine di presentare l'offerta turistica piemontese nella sua globalità e per prodotto turistico (outdoor & natura, arte & cultura, luxury, etc...).
- Co-organizzazione di attività di promozione da programmare in occasione di importanti appuntamenti internazionali cui parteciperanno CEIPIEMONTE, consorzi di tutela vitivinicoli ed agroalimentari ed altri soggetti.
- Coordinamento della partecipazione di seller piemontesi a workshop organizzati da ENIT, con temi pertinenti l'offerta piemontese.
- Programmazione di educational tour sul territorio regionale finalizzati all'ospitalità di importanti operatori incontrati durante le attività di cui sopra e strutturati in base a prodotto / mercato;

Materiali promozionali

La comunicazione più evoluta richiede la disponibilità di materiale promozionale da utilizzare per molteplici finalità e con strumenti diversificati. Si prevede la realizzazione di: materiale promozionale, stampa, digitale e gadget declinati per prodotto da veicolare nell'ambito delle attività che saranno avviate dal sistema turistico regionale.

Cross Promotion aeroporti, stazioni ferroviarie, luoghi di transito, punti di contatto tra brand e cliente

Promozione del Piemonte presso i punti informativi delle più importanti infrastrutture aeroportuali e ferroviarie attraverso:

- la gestione della promo-comunicazione indirizzata ai passeggeri;
- l'organizzazione di eventi e/o presentazioni di nuove rotte e collegamenti aerei;
- la realizzazione di eventi di animazione attraverso l'utilizzo di leve quali prodotti tipici, degustazioni, proiezioni di mini-filmati e altre iniziative legate al territorio piemontese.

Campagne di comunicazione

E' prevista la realizzazione delle seguenti attività:

- Realizzazione di campagne di comunicazione istituzionali multi soggetto stagionale concordate con le ATL del Piemonte.
- Attivazione di campagne di promozione turistica attraverso un piano media multicanale:
- Digital: campagne in programmatic con native e ADV display, audio listening, campagne video.
- Press: campagna stampa con i principali partner editoriali italiani ed esteri.
- TV e Radio: campagne spot tabellari e redazionali in collaborazione con i principali network italiani e con alcuni interventi verticali su mercati esteri di interesse.
- Travel retail: campagne Out of home advertising con Grandi Stazioni Retail.
- Aeroporti: presidio promo- comunicazione presso gli aeroporti di Torino Caselle, Cuneo Levaldigi, Milano MXP e Roma FMC.
- Hub e/o touchpoint: presidio promo - comunicazione presso gli outlet e collaborazione con i soggetti gestori.

Per esemplificare:

Campagne per la promozione dei prodotti turistici di interesse quali: arte/cultura, borghi, grandi eventi (ATP Finals, Cheese, ed altri eventi di interesse), enogastronomia, outdoor, golf, montagna invernale, turismo delle radici, le Vie Storiche di Montagna, tourism pet friendly o altri prodotti turistici.

Siti web piemonteitalia.eu / visit.piemonte.com / piemontescape.com e social media system

Implementare la messa a servizio di flussi informativi di interscambio per il potenziamento del TDH nazionale attraverso l'interoperabilità tra piemonteitalia.eu e visitpiemonte.com e con gli altri siti regionali tematici.

Piemonteitalia.eu:

- Aggiornamento contenuti redazionali e completamento traduzioni in raccordo con la redazione di visitpiemonte.com.
- Gestione dei canali social in raccordo con visitpiemonte.com

Visitpiemonte.com:

- Aggiornamento del CSM ed evoluzione della piattaforma Visitpiemonte.com + Piemontescape.com per una migliore fruizione dei contenuti in linea con il mercato e con le azioni tese a ad implementare l'interoperabilità con i sistemi informativi di Enit e delle ATL.
- Riorganizzazione e aggiornamento dei contenuti in vista dell'alleggerimento delle sezioni "main" rispetto ai temi focus delle campagne di promozione turistica del Piemonte in Italia e sui mercati obiettivo.

- Raccordo tra la redazione di PiemonteItalia.eu, Visitpiemonte.com e altri siti istituzionali, per la valorizzazione e l'approfondimento delle news e degli eventi del 2023 con azioni di link building tra i rispettivi siti.
- Attività di implementazione SEO per aumentare la visibilità del sito sui principali motori di ricerca in Italia e all'estero e investimenti in SEM grazie a Google ADV finalizzato all'incremento del traffico su portale.
- Gestione e armonizzazione delle traduzioni dei contenuti web in essere e revisione del micro ambiente in lingua cinese;
- Gestione della sezione dedicata alla valorizzazione dei pacchetti turistici, in collaborazione con i Consorzi turistici, le ADV e i Tour Operator piemontesi;
- Monitoraggio degli andamenti di traffico e le performance social attraverso Google Analytics e altri strumenti in collaborazione con il team Digital reporting;
- Sviluppo tecnico per l'interoperabilità dei contenuti verso il TDH 4.0 e tra le piattaforme web locali;
- Implementazione di nuovi strumenti promozionali offerti da FB e IG e TikTok;
- Coinvolgimento di influencer per la valorizzazione contenuti sui Social Media per incrementare la notorietà del Piemonte presso il pubblico degli appassionati e dei potenziali visitatori;
- Realizzazione di una campagna di stimolo traffico per veicolare i contenuti legati ai temi promozionali del Piemonte;
- Misurazione finale dei risultati e aggiornamento professionale attraverso la partecipazione a seminari per ad hoc del team finalizzata al miglioramento della comunicazione digital.

Ufficio Stampa

All'interno del piano di comunicazione integrato, un ruolo centrale è costituito dalla relazione con i vari pubblici di riferimento. Tra questi, il mondo dei media (giornalisti e blogger) è centrale per il successo di qualunque azienda/organizzazione. Sono previste le seguenti azioni:

- Individuare un partner - fornitore per supportare e realizzare l'attività di ufficio stampa in Italia e/o all'estero;
- Mappare le testate e dei giornalisti/blogger di interesse;
- Organizzare incontri dedicati per presentare le attività di promozione del Piemonte;
- Aggiornare il DB contatti.
- Individuare opportunità editoriali.

Press Trip

Ai fini della promozione della destinazione è fondamentale coinvolgere il pubblico dei giornalisti, influencer e blogger in un'esperienza autentica dedicata ai principali prodotti turistici. Si prevedono le seguenti iniziative:

- Realizzazione (progettazione, organizzazione e gestione di Tour per Media Operator) di azioni e iniziative in collaborazione con i principali stakeholders del sistema turistico regionale e nazionale (es. ENIT sede italiana e sedi estere, ATL, Consorzi Turistici e Agroalimentari, Enti e Fondazioni) dedicati alla promozione di prodotti quali:
- Cultura, Design & Arte contemporanea, Città d'Arte e Patrimonio UNESCO;
- Outdoor, Nature & Green;
- Enogastronomia;
- Luxury, Shopping & Artigianato in collaborazione con Ceipiemonte;
- Family;
- with Pets, etc...

Eventi vetrina del Piemonte

Sono previste le seguenti iniziative:

- Promozione degli eventi vetrina del territorio piemontese e delle sue produzioni agro alimentari, artigianali, industriali e di design, artistiche culturali anche in sinergia con eventi che si realizzano sul territorio ad esempio, per la promozione del patrimonio enogastronomico del Piemonte a partire dal prestigioso brand Tartufo Bianco d'Alba (Fiera internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, Asta mondiale del tartufo) l'evento diffuso delle "eccellenze del Piemonte in vetrina" o "Oro Monferrato" per valorizzare a livello turistico il territorio del Monferrato astigiano ed altri progetti simili quali ad es. Grapes in Town, Douja D'Or, Cheese 2023, Campionato nazionale di pasticceria Istituti Alberghieri, da declinarsi su territori d'interesse regionale (quali ad esempio aree del Monferrato alessandrino e delle risaie dell'Alto Piemonte), eventi artistici quali Master of Magics ed attività di promozione internazionale come i progetti integrati di filiera.
- Definizione della strategia integrata di comunicazione dei progetti di eventi vetrina nelle sue articolazioni territoriali declinazione visual dell'evento vetrina.
- Attività di media relation e ufficio stampa grazie a collaborazioni con agenzie specializzate.
- Realizzazione di conferenze stampa per il lancio degli eventi vetrina.
- Calendarizzazione degli appuntamenti enogastronomici, agroalimentari, culturali e sportivi all'interno degli eventi vetrina sui territori piemontesi, anche ai fini della realizzazione di Press Tour in collaborazione con i soggetti del sistema turistico locale e Ceipiemonte.
- Organizzazione di un palinsesto di appuntamenti tematici presso le sedi principali e/o individuate per lo svolgimento degli eventi vetrina in collaborazione con i soggetti del sistematuristico locale, ad esempio ATL, Consorzi Turistici, Enotecche Regionali, Scuole di Cucina, ma anche soggetti culturali e dello spettacolo.
- Realizzazione di materiale promozionale e attività di comunicazione on line e off line con attività di formazione per gli operatori locali.
- Pianificazione di azioni di comunicazione digital e social degli eventi vetrina, rivolte alla valorizzazione del prodotto turistico enogastronomico del Piemonte e alla calendarizzazione del palinsesto appuntamenti.
- Realizzare specifici educational tour e press tour correlati all'evento vetrina.
- Follow up dell'iniziativa.

Patrimonio multimediale: immagini e video

La disponibilità di un patrimonio iconografico è un'attività fondamentale per rispondere a tutte le esigenze di comunicazione e pianificazione per la promozione turistica, agroalimentare e sportiva regionale.

Inoltre, per fornire maggiore efficacia alle attività di *programmatic advertising* e *social media marketing*, è necessario disporre di video pillole tematiche da utilizzare per la promozione di ciascun tema attraverso canali web e social. Sono previste le seguenti attività:

- Implementazione del materiale fotografico di presentazione del Piemonte utile e specifico per ogni canale di comunicazione: TV, stampa, web & social media, eventi e presentazioni in Italia e all'estero:
- Shooting fotografici e riprese video per la promozione e comunicazione B2C relativa ai prodotti turistici.
- Servizi fotografici sui prodotti delle eccellenze piemontesi (DOP, DOCG, PAT).
- Shooting fotografici e video di eventi organizzati sul territorio piemontese.
- Realizzare e gestire un archivio visual cloud – immagini e video - condiviso con tutti i soggetti turistici regionali (ATL, Consorzi Turistici, Ceipiemonte etc...) raccogliendo immagini anche attraverso il ricorso ad un abbonamento ad una banca immagini e frame video con diritti di utilizzo concordati con tutti i canali di comunicazione istituzionale necessari.

Progettazione in ambito turistico cofinanziata dalla Stato o dall'Unione Europea

- Attuazione del progetto "Via Francigena for all".
- Partecipazione in qualità di capofila o di partner, alla candidatura progetti cofinanziati con risorse

statali o europee nell'ambito della Programmazione 2021-2027.

MICE e wedding destination

Attività mirate alla promozione del Piemonte quale destinazione per il MICE e Wedding, attraverso le seguenti azioni:

MICE:

- Affiliazione annuale a CBI - Convention Bureau Italia e partecipazioni agli eventi e riunioni annuali;
- Affiliazione annuale a Federcongressi&eventi con partecipazione alla Convention annuale;
- Gestione e aggiornamento di una sezione dedicata al congressuale sul www.visitpiemonte.com. sito
- Realizzazione di newsletter bimestrale dedicata.
- Attività di ingaggio del pubblico sui social media (focus su Facebook e Instagram con post sponsorizzati per il segmento MICE).
- Uscite pubblicitarie sulle principali riviste di settore cartacee e online di edizione nazionale e internazionale.
- Partecipazione a workshop di settore, ad esempio EDIMAN → BUY MICE, CBIItalia → Italy at Hand, ENIT→ Workshop MICE, etc..
- Adesione all'Osservatorio OICE nazionale e incarico per la realizzazione di un focus specifico sul Piemonte, realizzato da Federcongressi&eventi e ASERI-Università Cattolica di Milano, rispetto al quale per Visit Piemonte si individua un ruolo di sensibilizzazione presso gli operatori e gli enti di competenza e di supporto alla raccolta dei dati necessari alla realizzazione della ricerca nazionale e regionale.

Wedding destination

- Rinnovo membership annuale per il progetto Italy for Weddings, in capo a CBI - Convention Bureau Italia.
- Organizzazione di Educational e Experiences Networking al fine di generare l'interesse verso l'intero territorio e favorire l'incontro fra domanda e offerta.
- Ruolo di supervisione organizzativa e sponsorship per il primo evento nazionale dedicato al comparto wedding, "The Event", in programma alla Reggia di Venaria Reale il 6-7 Febbraio 2023;
- Sviluppo e realizzazione di un minisito interamente dedicato al comparto wedding, ospitato all'interno del sito www.visitpiemonte.com.
- Implementazione del minisito wedding all'interno di visitpiemonte.com con la realizzazione della Wedding Directory, che prevede l'aggiornamento della mappatura territoriale e, con il coinvolgimento delle ATL regionali, la creazione di una directory in italiano e inglese degli operatori specializzati del settore, divisi per categorie, al fine di garantire una visibilità nazionale e internazionale e di fornire uno strumento operativo per l'incontro fra domanda e offerta;
- Partecipazione a workshop o fiera internazionale di settore.
- Uscite pubblicitarie sulle principali riviste di settore cartacee e online.
- Attività di ingaggio del pubblico sui social media (Facebook e Instagram con post sponsorizzati per il segmento Wedding).
- Realizzazione di attività di osservatorio sul tema del wedding regionale in collaborazione con Convention Bureau Italia/Italy for weddings.

LINEE DI INTERVENTO PER IL SOSTEGNO ALLE MANIFESTAZIONI E INIZIATIVE TURISTICHE, AI PROGETTI DI PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI, ALLA VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE TURISTICHE LOCALI AI SENSI DELLA LEGGE REGIONALE N. 14/2016 E DELLA L.R. 36/2000.

Legge regionale 11 luglio 2016 n. 14 Art. 18 (Consorzi di operatori turistici)

La legge regionale 11 luglio 2016, n. 14 “Nuove disposizioni in materia di organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte” disciplina una nuova organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte.

L'articolo 18 definisce i consorzi di operatori turistici, come “aggregazioni composte da imprese turistiche in misura prevalente e da altri soggetti privati che perseguono finalità di interesse culturale e turistico”.

I criteri e le modalità per il riconoscimento dei consorzi di operatori turistici di rilevante interesse regionale, sono stati approvati dalla Giunta regionale con deliberazione n. 21 - 5049 del 15.05.2017.

In attuazione di detto provvedimento amministrativo e sulla base dei criteri ivi definiti, ogni anno, con apposite determinazioni dirigenziali si riconoscono i consorzi di operatori turistici.

Legge regionale 11 luglio 2016 n. 14 Art. 19 (Contributi per l'organizzazione turistica)

1. Obiettivi

L'art. 19 “Contributi per l'organizzazione turistica” prevede che la Regione, sulla base di criteri e modalità stabiliti con deliberazione della Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, sostenga i Consorzi di operatori turistici favorendo l'aggregazione di imprese. Il comma 4 stabilisce che i contributi siano concessi in proporzione al numero di associati con sede nell'ambito territoriale turisticamente rilevante oggetto dell'intervento.

2. Beneficiari

Possono accedere ai contributi:

i Consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'articolo 18 della l.r. 14/2016 e sulla base dei criteri approvati con deliberazione della Giunta regionale 15 maggio 2017, n. 21-5049.

3. Criteri generali per la concessione dei contributi

I contributi sono concessi, ai sensi del comma 4 dell'art. 19 della l.r. 14/2016, in proporzione al numero di associati con sede nell'ambito territoriale turisticamente rilevante oggetto dell'intervento.

4. Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definiti i criteri specifici per l'applicazione della presente linea d'intervento e l'entità delle risorse finanziarie che saranno rese disponibili sul pertinente capitolo 188732/2023 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025.

La modalità di presentazione delle candidature e della rendicontazione ai fini della liquidazione del contributo saranno definite nell'apposito Bando da approvarsi con determinazione dirigenziale.

Legge regionale 11 luglio 2016 n. 14 Art. 20 (Contributi per manifestazioni e iniziative turistiche)

1. Obiettivi

Al fine di valorizzare turisticamente l'eccellenza del territorio, l'art. 20 “contributi per manifestazioni e iniziative turistiche” prevede che siano concessi contributi alle ATL, ad enti pubblici o di diritto pubblico e ad associazioni senza scopo di lucro, per la realizzazione di iniziative di comunicazione e di attività di promo-pubblicità nell'ambito di manifestazioni ed eventi organizzati nelle località del Piemonte.

I contributi sono concessi prioritariamente per manifestazioni e iniziative di particolare rilevanza in grado di generare flussi turistici e ricadute economiche sul territorio interessato.

Ai fini della concessione di tali contributi per l'anno 2023, sono qui di seguito descritti i criteri generali.

2. Beneficiari

Possono accedere ai contributi:

- le Agenzie Turistiche Locali;
- gli enti pubblici o di diritto pubblico del Piemonte;
- le associazioni senza scopo di lucro, con sede legale in Piemonte, aventi nell'oggetto sociale finalità di tipo turistico.

3. Criteri generali per la concessione dei contributi

Ai sensi dell'art. 20 comma 2 della l.r. 14/2016, le manifestazioni e le iniziative oggetto dei contributi in argomento devono configurarsi quali eventi di particolare rilevanza, finalizzate a pubblicizzare e promuovere le risorse turistiche e a generare flussi turistici verso il Piemonte.

In particolare, le iniziative finanziabili sono classificate secondo due macro-categorie:

- macro-categoria A: Iniziative turistiche strategiche ed attrattori, di livello internazionale;
- macro-categoria B: Iniziative turistiche ed attrattori di livello regionale nazionale e locale.

4. Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definiti i criteri specifici per l'applicazione della presente linea d'intervento e le risorse regionali destinate a sostenere la realizzazione di iniziative turistiche, di comunicazione e di attività di promo-pubblicità, relative alle macro-categorie A) e B) del precedente cap. 3.

Tali risorse sono rese disponibili sui pertinenti capitoli 152556/2023, 171526/2023 e 178245/2023 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025.

La modalità di presentazione delle candidature e della rendicontazione ai fini della liquidazione del contributo saranno definite nell'apposito Bando, da approvarsi con determinazione dirigenziale.

Legge regionale 11 luglio 2016 n. 14 Art. 21 (Contributi per la promozione e la commercializzazione di prodotti turistici)

1. Obiettivi

La Regione favorisce lo sviluppo economico e sociale del territorio attraverso la crescita di un turismo sostenibile e responsabile, promuovendo iniziative finalizzate a potenziare e migliorare la qualità del sistema di accoglienza turistica e implementando azioni mirate a promuovere l'immagine del Piemonte e a valorizzare tutti i suoi prodotti turistici e ambiti territoriali.

In particolare, l'art. 21 della legge regionale regionale n. 14/2016, prevede che la Regione, al fine di crescita dell'economia turistica regionale, sostenga i progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici regionali attraverso la concessione di contributi alle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (ATL) e ai Consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'art. 18 della suddetta legge.

In attuazione di detto articolo, la Giunta regionale definisce i criteri per la concessione di contributi per la promozione e la commercializzazione di prodotti turistici regionali, privilegiando progetti su più ambiti e partecipazioni da parte di soggetti diversi. È facoltà della Giunta regionale prevedere specifici criteri di premialità per la realizzazione di particolari progetti di area turistica condivisi, gestiti e sviluppati congiuntamente dalle Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale e dai Consorzi di operatori turistici.

Ai fini della concessione di contributi per la realizzazione di progetti di promozione dei prodotti turistici del Piemonte ai sensi dell'art. 21 l.r. 14/2016, sono qui di seguito riportati i criteri specifici per l'annualità 2023.

2. Beneficiari

I Consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'art. 18 della l.r. n. 14/2016.

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (ATL).

Saranno attivati due bandi distinti: uno rivolto alle ATL e uno ai Consorzi.

3. Progetti finanziabili

Progetti di promozione e promo-commercializzazione sviluppati su almeno uno dei seguenti prodotti:

- turismo attivo/outdoor/slow (escursionismo, cicloturismo, trekking, turismo equestre, golf, sport della neve, sport d'acqua, percorsi avventura, percorsi e "sentieri natura" in parchi e aree protette, cammini e itinerari dedicati a temi religiosi, storici, culturali, ambientali da percorrere a piedi, in bici o cavallo, itinerari alla scoperta di destinazioni minori, delle tradizioni e dell'artigianato locale, ecc...)
- arte e cultura (rete museale regionale, patrimonio di forti alpini, castelli e dimore storiche, sistema delle Residenze Reali Sabaude, mostre, festival, città d'arte, antichi borghi ecc...)
-
- enogastronomia, enoturismo (percorsi e itinerari enogastronomici, valorizzazione dei prodotti tipici ecc. ecc.);
- eventi (sportivi, musica, enoturismo ecc.)
- turismo business

Ogni beneficiario potrà presentare progetti singolarmente o in partenariato. Nel caso di un progetto partecipato e sviluppato congiuntamente il numero minimo di partner è 2 incluso il capofila (2 o più ATL, 2 o più Consorzi).

I progetti devono prevedere azioni di promozione turistica che abbiano potenziali ricadute in ambito regionale, nazionale e/o internazionale e specificare chiaramente i mercati target di riferimento.

Sarà valutata la capacità di valorizzare i risultati e le realizzazioni delle precedenti esperienze progettuali nell'ambito dei bandi per i contributi art. 21.

Al fine di conferire maggiore efficacia alle azioni di promozione e promo-commercializzazione attivate dai beneficiari anche sul piano dell'interfunzionalità, la Regione Piemonte si riserva la possibilità attraverso il bando di individuare delle priorità di prodotto/temi da sviluppare. In tal caso, i beneficiari dovranno evidenziare all'interno del progetto le azioni (e il relativo budget) collegate ai prodotti/temi individuati dalla Regione come prioritari.

4. Risorse finanziarie

Le risorse regionali destinate al finanziamento del bando per progetti di promozione e promo-commercializzazione sono stanziare sui seguenti capitoli del bilancio regionale 2023-2025 (esercizio provvisorio) della Missione 7 programma 1:

Le risorse sottoindicate potranno essere modificate sulla base delle effettive disponibilità finanziarie stanziare a seguito di approvazione del Bilancio di previsione 2023-2025.

Per le ATL sul capitolo 178248:

annualità 2023: Euro 000.000,00

annualità 2024: Euro 000.000,00

Per i Consorzi sul capitolo 188732:

annualità 2023: Euro 000.000,00

annualità 2024 Euro 000.000,00

5. Entità del contributo

5.1 Contributo destinato al finanziamento dei progetti presentati dalle ATL:

La percentuale di contributo assegnabile verrà determinata nel Bando in relazione alle risorse disponibili ma non potrà superare l'80% della spesa ammessa.

E' comunque prevista una quota aggiuntiva di contributo pari al 5% per i progetti che verranno presentati in partenariato (almeno 2 ATL di cui una come Capofila).

Il contributo massimo concedibile, la spesa ammissibile minima nonché le modalità di liquidazione del contributo verranno definite nel bando.

Il contributo concesso non potrà essere superiore al disavanzo tra le entrate e le uscite.

Se le risorse disponibili sul pertinente capitolo 178248 non sono sufficienti a finanziare tutti i progetti risultati ammissibili si potrà assegnare un contributo parziale.

Qualora la dotazione finanziaria del bando venga incrementata, si procederà al completamento del contributo fino alla percentuale stabilita nel bando che comunque non potrà superare l'80% della spesa ammissibile per i progetti singoli e l'85% per quelli presentati in partenariato.

5.2 Contributo destinato al finanziamento dei progetti presentati dai Consorzi di operatori turistici

La percentuale di contributo assegnabile verrà determinata nel Bando in relazione alle risorse disponibili ma non potrà superare l'80% della spesa ammessa.

E' comunque prevista una quota aggiuntiva di contributo pari al 5% per i progetti che verranno presentati in partenariato (almeno 2 Consorzi di cui una come Capofila).

Il contributo massimo concedibile, la spesa ammissibile minima nonché le modalità di liquidazione del contributo verranno definite nel bando.

Il contributo concesso non potrà essere superiore al disavanzo tra le entrate e le uscite.

Se le risorse disponibili sul pertinente capitolo 188732 non sono sufficienti a finanziare tutti i progetti risultati ammissibili si potrà assegnare un contributo parziale.

Qualora la dotazione finanziaria del bando venga incrementata, si procederà al completamento del contributo fino alla percentuale stabilita nel bando che comunque non potrà superare l'80% della spesa ammissibile per i progetti singoli e l'85% per quelli presentati in partenariato.

6. Azioni finanziabili:

- Iniziative di comunicazione, informazione, promozione e promo-commercializzazione tra le quali: organizzazione e/o partecipazione a workshop, educational, fiere ed eventi di carattere locale/regionale/nazionale/internazionale; creazione di pagine web, cataloghi dedicati a nuove offerte/prodotti che valorizzino tra l'altro l'utilizzo di mezzi di trasporto sostenibili e l'intermodalità; produzione di materiale promozionale, campagne pubblicitarie da effettuarsi principalmente presso siti di grande affluenza, quali le grandi stazioni ferroviarie e gli aeroporti, promozione sui social media.

- Analisi domanda e studi per lo sviluppo di prodotti turistici innovativi e di brand; attività di formazione degli operatori sui temi dell'accoglienza e promozione, con particolare riferimento alle tematiche del turismo accessibile e turismo sostenibile.

- Attivazione/potenziamento di servizi dedicati a target specifici e mirati a promuovere turismo accessibile (ad esempio sezioni siti web predisposti per fruizione da parte di utenti con disabilità).

7. Spese ammissibili

a) Spese per collaborazioni, acquisizione di servizi e forniture necessarie alla realizzazione delle attività di progetto;

b) Spese di trasferta e soggiorno del personale dipendente o assunto in collaborazione

c) Spese di personale e spese generali di funzionamento secondo la percentuale massima da definirsi nel bando

Al Capofila dei progetti partecipati verranno riconosciute altresì le spese di coordinamento secondo la percentuale prevista nel bando.

Le spese devono essere sostenute a partire dall'annualità 2023. I progetti potranno concludersi nel 2024.

8. Spese non ammissibili:

- spese per acquisto di mezzi trasporto;

- spese per investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli, compresi personal computer e relativi servizi di manutenzione ordinaria (per hardware, applicazioni ecc.);
- spese di personale relative allo svolgimento di attività amministrativa ordinaria;
- IVA se non costituisce un costo d'esercizio e viene recuperata.

9. Criteri di valutazione progetti

I progetti saranno selezionati con procedura a bando indetta dalla Direzione Coordinamento Politiche e Fondi Europei -Turismo e Sport – Settore Valorizzazione Turistica del Territorio, a seguito di valutazione che interesserà i seguenti aspetti:

Sviluppo di iniziative che promuovono la sostenibilità (ambientale, economica, sociale) e l'accessibilità	Punti 25 max
Capacità di valorizzare i risultati e le realizzazioni delle precedenti esperienze progettuali anche in relazione a iniziative che sono state realizzate su più ambiti turistici	Punti 25 max
Capacità di coinvolgimento/attivazione di collaborazioni con altri soggetti/attori del territorio	Punti 25 max
Efficacia degli strumenti di comunicazione/promozione	Punti 25 max

I valori ponderali per i suddetti criteri di valutazione verranno definitivi nel Bando.

Punteggio massimo attribuibile: 100 punti

Punteggio minimo per essere finanziati: 50 punti

Non saranno pertanto ammessi a contributo i progetti con una valutazione inferiore a 50.

Verranno attivati due Bandi: uno rivolto alle ATL e uno ai Consorzi.

10. Responsabile e tempi del procedimento amministrativo

Il responsabile dell'attuazione del procedimento è il Responsabile del Settore Valorizzazione turistica del territorio della Direzione Coordinamento Politiche e Fondi europei – Turismo e Sport.

Durata del procedimento amministrativo: 90 giorni dalla data di scadenza prevista dal Bando per la presentazione delle domande.

Legge regionale 11 luglio 2016 n. 14 Art. 19, c.3 (Contributo annuale per la gestione degli uffici di informazione e accoglienza turistica (IAT)).

1. Obiettivi

Organizzare e coordinare gli uffici di informazione e di accoglienza turistica (IAT)

2. Beneficiari

Le Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale (ATL).

3. Criteri generali

Al fine di consentire lo svolgimento delle attività degli uffici di informazione e accoglienza turistica, che costituiscono un riferimento importante ed essenziale per i turisti nonché una vetrina delle risorse turistiche locali, la legge regionale n. 14/2016 e smi, prevede, all'art. 19 comma 3, che la Giunta regionale stabilisca i criteri per la concessione di contributi annuali a favore delle ATL, soggetti titolari degli IAT, per le spese di gestione degli uffici di informazione medesimi, direttamente o indirettamente gestiti, anche attraverso la definizione di costi standard.

4. Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definite le specifiche modalità di attuazione. Le risorse regionali destinate al finanziamento sono rese disponibili sul capitolo 178788 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025 (esercizio provvisorio).

Legge regionale 7 aprile 2000 n. 36 – Art. 6 (Contributi alle associazioni pro loco).

1. Obiettivi

L'art. 6 della legge regionale n. 36/2000 prevede che le associazioni pro loco in possesso di specifici requisiti possono presentare richiesta di contributo finanziario alla regione per la realizzazione delle proprie attività.

I contributi sono concessi per la realizzazione di manifestazioni e iniziative finalizzate a promuovere e pubblicizzare le risorse turistiche locali, le potenzialità naturalistiche, culturali, storiche, sociali e gastronomiche del territorio e le attività del tempo libero. Ai fini della concessione di tali contributi per l'anno 2023, sono qui di seguito riportati i criteri generali.

2. Beneficiari

Possono accedere ai contributi:

le Associazioni turistiche pro loco, aventi sede nel territorio regionale, iscritte "all'albo regionale delle pro loco".

3. Iniziative finanziabili

Valorizzazione del patrimonio storico, culturale, folkloristico, sociale, ambientale;
promozione dei prodotti tipici dell'artigianato e dell'enogastronomia del territorio di riferimento;
organizzazione di eventi propedeutici alla valorizzazione sociale, culturale e turistica; ricreative ed educative indirizzate in particolare ai bambini e ai giovani, imperniate su corsi/seminari/incontri finalizzati alla conoscenza del territorio e delle sue tipicità, per creare senso di appartenenza e futuri "ambasciatori territoriali";
messa in sicurezza dei locali in uso alla pro loco, attività relative all'adeguamento alle normative Covid-19 per la sanificazione dei locali, acquisto di mascherine e protezioni in generale, disinfettanti e igienizzanti ecc.

4. Criteri per l'assegnazione del contributo e risorse finanziarie

Sono definiti i seguenti criteri per l'applicazione della presente linea d'intervento e le risorse regionali destinate al sostegno dei programmi di attività delle pro loco, tra quelle rese disponibili sul pertinente capitolo 188787/2023 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025 (esercizio provvisorio) :

- il 100% delle risorse finanziarie attualmente disponibili pari a €. 000.000,00, sarà destinato alle pro loco che presentino, unitamente all'istanza di contributo, copia delle spese sostenute per l'attività annuale unitamente alle relative quietanze di pagamento per un importo non inferiore a € 1.000,00;
- ai soggetti ammessi potrà essere concesso un contributo forfettario di € 1.000,00 a copertura delle spese sostenute;
- eventuali risorse non utilizzate saranno ridistribuite in modo proporzionale tra le domande ammesse in base alle spese sostenute e rendicontate fino ad un tetto massimo di € 3.500,00.

Le risorse sopraindicate potranno essere modificate sulla base delle effettive disponibilità finanziarie stanziata nel Bilancio di previsione 2023-2025 a seguito di approvazione.

La modalità di presentazione delle candidature e della rendicontazione ai fini della liquidazione del contributo saranno definite nell'apposito Bando, da approvarsi con determinazione dirigenziale.

Legge regionale 7 aprile 2000 n. 36 – Art. 7 (Finanziamento del programma di attività dell'UNPLI)

1. Obiettivi

L'art. 7 della legge regionale n. 36/2000 prevede che la Regione conceda annualmente un contributo finanziario al Comitato regionale del Piemonte dell'UNPLI finalizzato a valorizzare il ruolo delle associazioni turistiche pro loco, migliorandone le capacità organizzative ed operative, fornendo loro assistenza tecnica e amministrativa e sostenendone il coordinamento e il collegamento con le iniziative regionali e i programmi dell'Unione europea.

In attuazione di detto articolo 7, la Giunta regionale definisce i criteri per la concessione di contributi per sostenere l'attività del Comitato regionale del Piemonte dell'UNPLI.

Ai fini della concessione di tali contributi per l'anno 2023, sono qui di seguito riportati i criteri generali.

2. Beneficiari

Comitato regionale del Piemonte dell'UNPLI

3. Iniziative finanziabili

In particolare, le iniziative finanziabili riguardano:

- Assistenza e coordinamento delle attività delle associazioni pro loco;
- Iniziative volte a promuovere il turismo naturalistico, culturale, storico, sociale e gastronomico;
- Iniziative nell'ambito della pratica della solidarietà e del volontariato;
- Iniziative di comunicazione.

4. Risorse finanziarie

Le risorse regionali destinate al sostegno del programma di attività del Comitato regionale del Piemonte dell'UNPLI sono rese disponibili sul pertinente capitolo 188842/2023, della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2023-2025 (esercizio provvisorio) e sono pari a €.00.000,00

Eventuali ulteriori risorse che dovessero rendersi disponibili saranno destinate nel rispetto di quanto disposto dal presente provvedimento.