

“DECALOGO DI PROMOZIONE TURISTICA. 10 BUONE REGOLE PER UNA PROMOZIONE EFFICACE ED ETICA DEL PIEMONTE”

Per una migliore efficacia delle iniziative di promozione:

1. **Una linea grafica coordinata:** *i soggetti che ottengono contributi regionali per l'attività di promozione dovranno attenersi alla linea grafica coordinata indicata dalla Regione.*
2. **Strategia di prodotto:** *rimodulazione della strategia di comunicazione in un'ottica di “prodotto” turistico. Nella comunicazione saranno privilegiati i prodotti che costituiscono i veri attrattori del territorio: il Piemonte non come destinazione turistica in sé, ma come meta “contenitore” di prodotti turistici d'eccellenza.*
3. **Una promozione unitaria dell'Ente Regione:** *deve essere attuato un attento coordinamento tra le varie Direzioni regionali nella presentazione in Italia e all'estero del “Piemonte”.*
4. **Programmazione e coordinamento con i privati:** *i soggetti pubblici e privati, che intendono accedere ai contributi regionali per la promozione, dovranno presentare alla Regione entro il 15 gennaio di ogni anno un calendario delle attività previste nel corso dell'anno, per consentire alla Regione un coordinamento di tutte le iniziative e una razionalizzazione dei calendari stessi. La presentazione del programma nei tempi previsti costituirà un fattore premiante nell'ambito delle graduatorie per l'assegnazione dei contributi.*
5. **100 giorni di web marketing:** *sono incentivate, da subito, le azioni di posizionamento sui portali, l'attivazione di booking online con forte coinvolgimento degli operatori, azioni di destination marketing aggressivo su web. La Regione si avvarrà per queste azioni, anche, di studenti in convenzione con le Università competenti.*
6. **Verifica delle ricadute:** *ogni attività di promozione del Piemonte, dovrà dar luogo ad una attenta analisi delle ricadute, in termini di flussi turistici indotti. I risultati delle analisi effettuate costituiranno la base per valutare l'opportunità di un rifinanziamento delle singole azioni o per una riprogrammazione delle attività.*
7. **Condivisione delle informazioni:** *i soggetti che usufruiscono di contributi regionali per le attività di promozione, entro 60 giorni dalla fine dell'evento, sono tenuti a conferire in una specifica banca dati regionale report dettagliati relativi ai contatti, con rilevanza turistica o di comunicazione, avviati nel corso delle attività. La banca dati sarà messa a disposizione di tutti gli operatori del settore.*

Per un utilizzo eticamente corretto delle risorse:

8. **Attenzione nella scelta dei vettori:** *i soggetti che ottengono finanziamenti regionali per le attività di promozione in Italia e all'estero, devono dare priorità ai voli low cost, in ogni caso sempre in classe economica, a utilizzare ove possibile collegamenti veloci ferroviari.*
9. **Riduzione costi hotel:** *utilizzo di hotel a tre stelle, nei Paesi che prevedono una classificazione analoga a quella italiana. Priorità a strutture ricettive convenzionate con l'Ente Regionale.*

10. **Composizione delle Delegazioni:** *nelle trasferte promozionali dovranno essere rispettati i principi dell'equilibrio delle rappresentanze e della qualificazione dei soggetti partecipanti. La rappresentanza politico-istituzionale dovrà essere ridotta all'essenziale, mentre deve essere privilegiata la componente tecnica, con particolare attenzione alla preparazione linguistica e professionale. Comunque non saranno accettate in rendicontazione tutte le spese di rappresentanza (cene, convivi, etc..) e tutti gli altri costi non strettamente riconducibili ad azioni di promozione turistica.*