

Deliberazione della Giunta Regionale 26 giugno 2026, n. 1-2725

**Legge n. 234/2021, articolo 1, comma 366. Decreto del Ministero del Turismo prot. n. 82687 del 27 maggio 2026. "Programma regionale annuale 2026 delle attività di promozione accoglienza ed informazione turistica", di cui alla D.G.R. n. 10-2702 del 22 giugno 2026. Approvazione dell'iniziativa denominata "Promozione del prodotto outdoor estivo ed invernale in ottica di destagionalizzazione ed ...**



Seduta N° 170

Adunanza 26 GIUGNO 2026

Il giorno 26 del mese di giugno duemilaventisei alle ore 10:10 si è svolta la seduta della Giunta regionale in via ordinaria, in modalità mista, ai sensi della D.G.R. n. 1-8208 del 26 febbraio 2024 con l'intervento di Maurizio Raffaello Marrone Vicepresidente e degli Assessori Paolo Bongioanni, Enrico Bussalino, Daniela Cameroni, Marina Chiarelli, Marco Gabusi, Marco Gallo, Matteo Marnati, Andrea Tronzano, Gian Luca Vignale con l'assistenza di Guido Odicino nelle funzioni di Segretario Verbalizzante.

Assenti, per giustificati motivi: il Presidente Alberto CIRIO, gli Assessori Federico RIBOLDI

#### **DGR 1-2725/2026/XII**

#### **OGGETTO:**

Legge n. 234/2021, articolo 1, comma 366. Decreto del Ministero del Turismo prot. n. 82687 del 27 maggio 2026. "Programma regionale annuale 2026 delle attività di promozione accoglienza ed informazione turistica", di cui alla D.G.R. n. 10-2702 del 22 giugno 2026. Approvazione dell'iniziativa denominata "Promozione del prodotto outdoor estivo ed invernale in ottica di destagionalizzazione ed integrazione delle eccellenze turistiche del Piemonte", da proporre al Ministero del Turismo per accedere alle risorse del "Fondo Unico Nazionale per il Turismo (FUNT) di parte corrente per l'anno 2026". Dotazione complessiva pari ad euro 1.618.000,00, di cui euro 809.000,00 di cofinanziamento regionale.

A relazione di: Bongioanni

Premesso che:

la legge n. 234/2021 "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2022 e Bilancio pluriennale per il triennio 2022-2024", all'articolo 1, commi 366 e 368, istituisce nello stato di previsione della spesa del Ministero del Turismo, rispettivamente, il "Fondo unico nazionale per il turismo parte corrente" e il "Fondo unico nazionale per il turismo di conto capitale" (FUNT);  
la legge n. 199/2025 "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2026 e bilancio pluriennale per il triennio 2026-2028", che ha, tra l'altro, disposto un rifinanziamento per gli anni 2026-2028 dei due suddetti Fondi e che ha modificato le modalità di riparto e di assegnazione delle relative risorse, all'articolo 1, comma 472, a modifica del suddetto articolo 1, comma 369, ha sancito che le risorse annualmente stanziare sui Fondi di cui ai commi 366 e 368 sono attribuite per la quota dell'80 % per iniziative cofinanziate dalle Regioni e, per la quota del 20 % per iniziative cofinanziate dal Ministero del Turismo, demandando ad un decreto del Ministero del Turismo, sentito il Ministro dell'economia e delle finanze, previa intesa in sede di Conferenza permanente per

i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano, l'approvazione delle modalità di attuazione dell'accesso ai Fondi ed il loro riparto;

il decreto del Ministro del Turismo, sentito il Ministro dell'economia e delle finanze, prot. n. 39068 del 18 marzo 2026, emesso in attuazione al suddetto comma 369, in particolare, all'articolo 4, comma 3, dispone che il Ministro del Turismo adotti, in coerenza con le risorse stanziare dalla legge di bilancio, "un atto di programmazione per l'impiego delle risorse del Fondo di parte corrente per l'annualità in corso".

Preso atto che:

il decreto del Ministro del Turismo prot. n. 43830 del 26 marzo 2026, di approvazione dell'«Atto di programmazione delle risorse del Fondo unico nazionale per il turismo di parte corrente, annualità 2026», definisce i soggetti beneficiari dei contributi, gli interventi finanziabili, le spese ammissibili, le modalità di monitoraggio e rendicontazione ed, in particolare, all'articolo 4, comma 1, individua in euro 20.000.000,00 la quota da destinare alle Regioni pari all'80% delle risorse del "Fondo unico nazionale per il turismo di parte corrente per l'annualità 2026";

con il decreto prot. n. 82687 del 27 maggio 2026, il Ministero del Turismo ha, tra l'altro, approvato il piano di riparto finanziario tra le Regioni e Province autonome con riferimento alla quota dell'80% del "Fondo Unico Nazionale per il Turismo di parte corrente 2026", ai sensi del quale alla Regione Piemonte è assegnato l'importo di euro 809.000,00;

con il decreto prot. n. 84407 del 29 maggio 2026, il Ministero del Turismo ha prorogato al 30 giugno 2026 il termine per la presentazione delle istanze di finanziamento a valere sulla suddetta quota.

Richiamato che il "Programma Annuale delle attività di promozione accoglienza ed informazione turistica" per l'anno 2026, approvato con la D.G.R. n. 10-2702 del 22 giugno 2026, prevede nell'ambito degli interventi riferiti alle attività di gestione diretta regionale, ai sensi della legge regionale 14/2016, azioni promozionali e di consolidamento dell'offerta turistica sostenibile anche in chiave stagionalizzata e delocalizzata, connessa ai principali prodotti turistici del Piemonte quali l'outdoor, la montagna estiva ed invernale, il turismo d'impresa, nonché la realizzazione di eventi e progetti vetrina connessa alle produzioni d'eccellenza piemontesi che contribuiscono all'incremento di arrivi e presenze sul territorio regionale anche nelle aree con minore presenza turistica e potenzialmente attrattive.

Dato atto che, al fine di formulare, la proposta sugli interventi da finanziare sulle risorse destinate alla Regione Piemonte a valere sul FUNT di parte corrente per l'anno 2026, la Direzione regionale Cultura, Turismo, Sport e Commercio, Settore "Valorizzazione turistica e promozione internazionale del territorio", nell'ambito degli interventi di gestione diretta regionale inclusi nel suddetto programma 2026:

ha individuato, in linea con gli obiettivi e le priorità d'intervento previsti dall'«Atto di programmazione delle risorse del Fondo unico nazionale per il turismo di parte corrente, annualità 2026», quale tema portante della proposta regionale, la valorizzazione del turismo sostenibile del territorio piemontese, da svilupparsi sia attraverso l'organizzazione e promozione della relativa offerta turistica sui mercati internazionali, sia favorendo il turismo domestico e di prossimità, la stagionalizzazione e la delocalizzazione in linea con la strategia nazionale e regionale per lo sviluppo sostenibile, sia attraverso la realizzazione di iniziative volte a promuovere e valorizzare le eccellenze turistiche del Piemonte con le relative filiere;

ha, pertanto, delineato i contenuti di tale proposta, denominata "Promozione del prodotto outdoor estivo ed invernale in ottica di stagionalizzazione ed integrazione delle eccellenze turistiche del Piemonte", provvedendo a compilare la relativa scheda, il cui schema è stato inviato dal Ministero stesso, ed a redigere una relazione esplicativa di dettaglio, per un costo totale di euro 1.618.000,00, di cui euro 809.000,00 (pari al 50%) destinati alla Regione Piemonte a valere sul FUNT di parte corrente per l'anno 2026 ed euro 809.000,00, di cofinanziamento regionale.

Visti:

il decreto legislativo n. 118/2011, di disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili

e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi;  
la legge regionale n. 2/2026 “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale di previsione 2026-2028 (Legge di stabilità regionale 2026)”;  
la legge regionale n. 3/2026 "Bilancio di previsione finanziario 2026-2028",  
la D.G.R. n. 1-2209 del 9 febbraio 2026 di approvazione del Documento Tecnico di Accompagnamento, del bilancio finanziario gestionale 2026-2028 e disposizioni di natura autorizzatoria.  
il regolamento regionale n. 9/R/2021 di contabilità della Giunta regionale, come modificato dal regolamento regionale n. 11/R/2023.

Dato atto che:

- il presente provvedimento, per il cofinanziamento regionale, pari ad euro 809.000,00 (50%), trova copertura, per l'anno 2026, sul capitolo n. 140699/2026 (per euro 809.000,00), della Missione 7, Programma 1, del bilancio finanziario gestionale 2026-2028;
- con riferimento alla quota del FUNT di parte corrente 2026, l'assunzione delle obbligazioni giuridiche conseguenti al presente provvedimento è subordinata alla sua erogazione, previa approvazione da parte del Ministero del Turismo della proposta sopra rappresentata, ed alla variazione di bilancio finalizzata a recepire i relativi stanziamenti dei fondi per un importo pari a euro 809.000,00 in entrata (capitolo E24244/2026) ed in uscita (capitolo U 108090/2026) della correlata spesa.

Richiamata la D.G.R. n. 3-2182 del 30 gennaio 2026 di approvazione del Piano integrato di attività e organizzazione (PIAO) della Giunta regionale del Piemonte per gli anni 2026-2028, ai sensi del decreto legge n. 80/2021, convertito nella legge n. 113/2021.

Ritenuto, pertanto, alla luce delle risultanze istruttorie sopra riportate, di approvare, in conformità al “Programma regionale annuale 2026 delle attività di promozione accoglienza ed informazione turistica”, di cui alla D.G.R. n.10-2702 del 22 giugno 2026 ed ai fini dell'accesso alle risorse del Fondo Unico Nazionale per il Turismo (FUNT) di parte corrente per l'anno 2026, di cui all'articolo 1, comma 366 della legge n. 234/2021 ed al decreto del Ministero del Turismo prot. n. 82687 del 27 maggio 2026, l'iniziativa denominata "Promozione del prodotto outdoor estivo ed invernale in ottica di destagionalizzazione ed integrazione delle eccellenze turistiche del Piemonte”, come rappresentata nella scheda e nella relazione descrittiva di dettaglio, di cui agli allegati rispettivamente A e B, parti integranti e sostanziali della presente deliberazione, quale proposta da presentare al Ministro del Turismo, con un costo complessivo di euro 1.618.000,00.

Attestato che, ai sensi della D.G.R. n. 8-8111 del 25 gennaio 2024 ed in esito all'istruttoria sopra richiamata, il presente provvedimento non comporta effetti prospettici sulla gestione finanziaria, economica e patrimoniale della Regione Piemonte, in quanto gli oneri derivanti dal presente provvedimento, per l'importo pari ad euro 1.618.000,00 sono esclusivamente quelli sopra riportati.

Attestata la regolarità amministrativa del presente provvedimento ai sensi della D.G.R. n. 8-8111 del 25 gennaio 2024.

Tutto ciò premesso e considerato,

la Giunta regionale, a voti unanimi espressi nelle forme di legge,

*delibera*

- di approvare, in conformità al “Programma regionale annuale 2026 delle attività di promozione accoglienza ed informazione turistica”, di cui alla D.G.R. n. 10-2702 del 22 giugno 2026 ed ai fini dell'accesso alle risorse del Fondo Unico Nazionale per il Turismo (FUNT) di parte corrente per l'anno 2026, di cui all'articolo 1, comma 366 della legge n. 234/2021 ed al decreto del Ministero del Turismo prot. n. 82687 del 27 maggio 2026, l'iniziativa denominata "Promozione del prodotto outdoor estivo ed invernale in ottica di destagionalizzazione ed integrazione delle eccellenze turistiche del Piemonte”, come rappresentata nella scheda e nella relazione descrittiva di dettaglio, di cui agli allegati rispettivamente A e B, parti integranti e sostanziali della presente deliberazione, quale proposta da presentare al Ministro del Turismo, con un costo complessivo di euro

1.618.000,00;

- che il presente provvedimento, per il cofinanziamento regionale, pari ad euro 809.000,00 (50%), trova copertura, per l'anno 2026, sul capitolo n. 140699/2026, della Missione 7, Programma 1, del bilancio finanziario gestionale 2026-2028;

- con riferimento alla quota del FUNT di parte corrente 2026, l'assunzione delle obbligazioni giuridiche conseguenti al presente provvedimento è subordinata alla sua erogazione, previa approvazione da parte del Ministero del Turismo della proposta sopra rappresentata, ed alla variazione di bilancio finalizzata a recepire i relativi stanziamenti dei fondi per un importo pari a euro 809.000,00 in entrata (capitolo E24244/2026) ed in uscita (capitolo U 108090/2026) della correlata spesa;

- di demandare alla Direzione Cultura, Turismo, Sport e Commercio, Settore “Valorizzazione turistica e promozione internazionale del territorio”, l'adozione degli atti e dei provvedimenti necessari per l'attuazione della presente deliberazione;

- che il presente provvedimento non comporta effetti prospettici sulla gestione finanziaria, economica e patrimoniale della Regione Piemonte, come attestato in premessa.

Avverso il presente provvedimento è ammesso ricorso giurisdizionale avanti al TAR entro 60 giorni dalla data di comunicazione o piena conoscenza dell'atto, ovvero ricorso straordinario al Presidente del Consiglio di Stato entro 120 giorni dalla suddetta data, ovvero l'azione innanzi al Giudice Ordinario, per tutelare un diritto soggettivo, entro il termine prescritto dal Codice civile.

Il presente provvedimento sarà pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'articolo 61 dello Statuto e dell'articolo 5 della legge regionale n. 22/2010, nonché ai sensi dell'articolo 26, comma 1, del decreto legislativo n. 33/2013 sul sito istituzionale dell'Ente, nella Sezione “Amministrazione Trasparente”.

Sono parte integrante del presente provvedimento gli allegati riportati a seguire <sup>1</sup>, archiviati come file separati dal testo del provvedimento sopra riportato:

1. DGR-2725-2026-All\_1-  
ALLEGATOAFUNT\_corrente\_Regioni\_Piemonte\_compilabile\_.pdf
2. DGR-2725-2026-All\_2-ALLEGATOB\_RelazFUNTcorr2026.pdf



Allegato

---

1 L'impronta degli allegati rappresentata nel timbro digitale QRCode in elenco è quella dei file pre-esistenti alla firma digitale con cui è stato adottato il provvedimento

## MODULO ISTANZA

**ai sensi dell'art. 5 dell'[Atto di programmazione annualità 2026, prot. n. 43830 del 26/03/2026](#),  
per la presentazione delle istanze di finanziamento a valere sulle risorse del Fondo unico  
nazionale di parte corrente**

Il presente modulo, debitamente sottoscritto e compilato in ogni parte e comprensivo di tutti gli allegati richiesti, dovrà essere inviato a mezzo PEC all'indirizzo [funt2026@pec.ministeroturismo.gov.it](mailto:funt2026@pec.ministeroturismo.gov.it), avente ad oggetto "Istanza FUNT corrente 2026 - Regione NOME REGIONE".

**IMPORTANTE: la compilazione di tutti i campi è OBBLIGATORIA.**

SCHEDA INTERVENTO		
DATI INTERVENTO		
1	Denominazione intervento	
2	Soggetto beneficiario ( <i>Regione</i> )	
3	Soggetto/i attuatore/i <i>(qualora non coincidente con il soggetto beneficiario)</i>	
4	Tipologia di intervento <i>(Indicare se il progetto rappresenta un lotto funzionale di un progetto più ampio)</i>	<input type="checkbox"/> Sì, il progetto costituisce un lotto funzionale del progetto complessivo denominato: <hr/> - <input type="checkbox"/> No, il progetto è autonomo e indipendente.
5	Descrizione sintetica dell'intervento e modalità previste per la sua attuazione <i>(detta descrizione dell'intervento deve contenere, in modo riassuntivo, gli elementi indicati nella relazione dettagliata e particolareggiata dell'intervento)</i>	
6	CUP assegnato all'intervento <i>(l'indicazione del CUP costituisce elemento essenziale. La richiesta del CUP deve avvenire a cura del richiedente)</i>	
7	Localizzazione dell'intervento	

8	Obiettivi dell'intervento e risultati attesi	
9	Target <i>(indicare il target di beneficiari da raggiungere)</i>	
10	Atto giuridicamente vincolante attestante il cofinanziamento <i>(indicare gli estremi dell'atto che sarà allegato all'istanza)</i>	
11	Indicare le iniziative volte ad assicurare un adeguato livello di visibilità e di promozione del contributo del Ministero del turismo e dove si prevede l'uso del logo, come previsto dall'art. 5, comma 5 dell'Atto di programmazione parte corrente 2026	
12	Coerenza con le finalità del FUNT di parte corrente di cui all'art. 1 dell'Atto di programmazione parte corrente 2026	<input type="checkbox"/> 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; <input type="checkbox"/> riconoscere il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico sostenibile, la promozione e la valorizzazione dei territori nell'ambito della destinazione "Italia" e del marchio "Italia" nel mondo; <input type="checkbox"/> promuovere e valorizzare sul mercato locale, nazionale ed estero, l'immagine unitaria del sistema turistico italiano e di ciascuna delle sue parti; <input type="checkbox"/> favorire il miglioramento dell'organizzazione, della differenziazione e dell'ampliamento dell'offerta turistica ricettiva, anche attraverso l'impiego dell'intelligenza artificiale e dell'innovazione tecnologica; <input type="checkbox"/> 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
13	Coerenza con gli obiettivi del FUNT di parte corrente, di cui all'art. 2 dell'Atto di programmazione di parte corrente 2026	<input type="checkbox"/> incrementare l'attrattività turistica italiana 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; <input type="checkbox"/> ampliare l'offerta turistica italiana 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; <input type="checkbox"/> favorire il turismo d'impresa quale componente strategica dell'offerta turistica nazionale, 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; <input type="checkbox"/> assicurare un'adeguata promozione dei territori, anche di quelli caratterizzati da una minor presenza turistica, con azioni che favoriscano lo sviluppo delle attività

		<p>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.</p>
<b>AIUTI DI STATO</b>		
14	L'intervento costituisce aiuto di Stato ai sensi degli artt. 107 e 108 TFUE?	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No
15	<p>Regime di aiuto applicabile</p> <p><i>(compilare solo se risposta "Sì" alla riga 14)</i></p>	<input type="checkbox"/> De minimis – Reg. (UE) 2023/2831 <input type="checkbox"/> Esenzione per categoria – Reg. (UE) 651/2014 (GBER), art. _____ <input type="checkbox"/> Regime notificato/approvato – riferimento: _____
16	<p>Importo complessivo degli aiuti de minimis ricevuti nel triennio di riferimento</p> <p><i>(compilare solo se applicabile il Reg. 2023/2831)</i></p>	<p>€ _____ – Dichiarazione che l'importo totale, incluso il contributo richiesto, non supera la soglia di € 300.000 nel triennio di riferimento</p>
17	<p>Riferimento all'iscrizione nel Registro Nazionale Aiuti di Stato (RNA)</p> <p><i>(ove già avvenuta)</i></p>	<p>Numero RNA: _____</p>
<b>IMPORTI</b>		
18	Importo del costo complessivo dell'intervento	
19	Importo del contributo richiesto a valere sulle risorse FUNT	
20	Importo del cofinanziamento (pari almeno al 50% del costo totale dell'intervento)	
21	Fonte di copertura del cofinanziamento dell'intervento	

### CRONOPROGRAMMA PROCEDURALE

Fasi/tempo	2026												2027		
	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M
Mesi															
Progettazione															
Esecuzione															
Rendicontazione															

### CRONOPROGRAMMA FINANZIARIO

	<b>ANNO 2026</b> (da rendicontare entro marzo 2027)	
<b>SPESE effettuate dal 1.1.2026 al 31.12.2026</b>	€	

### DATI BANCARI

22	Codice Conto di tesoreria a cui trasferire le risorse	
23	IBAN associato al conto di tesoreria	

### DATI DEL REFERENTE DELL'INTERVENTO

24	Nome	
25	Cognome	
26	Ruolo	
27	Recapito telefonico	
28	E-mail	
29	PEC	

**PROMOZIONE DEL PRODOTTO OUTDOOR ESTIVO ED INVERNALE IN OTTICA DI DESTAGIONALIZZAZIONE ED INTEGRAZIONE CON LA VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE TURISTICHE DEL PIEMONTE.**

**PREMESSA**

In Piemonte secondo i dati elaborati dall'**Osservatorio regionale**, **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.**

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.

La guerra in Iran nel 2026 tuttavia ha generato un forte impatto sul turismo, con perdite nel settore organizzato stimate in quasi 100 milioni di euro. Si osserva una redistribuzione dei flussi turistici, con la cancellazione di migliaia di voli e una potenziale crescita del turismo domestico (87% degli italiani considera questa opzione). Il conflitto ha provocato un clima di paura e incertezza che tende ad influire sulle modalità di viaggio a livello internazionale.

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 .

La propensione degli italiani a viaggiare rimane solida, con oltre la metà che prevede di fare viaggi sia in Italia che all'estero. E' una nuova geografia turistica quella che emerge, dopo lo scoppio del conflitto tra Iran, Israele e Usa, dall'aggiornamento dell'Osservatorio<sup>1</sup>, 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 – short break – 18,1%; crociere 12,9%. Si consolida quindi una scelta orientata a prossimità e stabilità percepita.

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 dal mercato domestico o mercati europei consolidati come la *Germania, la Svizzera e la Francia*, puntando sulle eccellenze riconosciute a livello mondiale come i paesaggi vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato, patrimonio UNESCO.

## **LOCALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO**

L'intervento è volto a valorizzare l'intero territorio regionale

## **DESCRIZIONE SINTETICA DELL'INTERVENTO E MODALITÀ DI ATTUAZIONE**

L'intervento, per un valore complessivo di euro 1.618.000, è stato progettato in linea con il Programma regionale annuale 2026 delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica, approvato con la D.G.R. n. 10-2702 del 22 giugno 2026. Il progetto comprende le iniziative di promozione turistica, che saranno presentate al Ministero del Turismo al fine di ottenere un cofinanziamento di 809.000 euro — pari al 50% del costo totale — a valere sul Fondo Unico Nazionale del Turismo (FUNT), parte corrente, per l'anno 2026.

L'intervento realizzabile direttamente dalla Regione Piemonte è costituito da due linee attuative dedicate **alla promozione del turismo estivo ed invernale in Piemonte.**

Si svilupperà attraverso **l'organizzazione e promozione dell'offerta turistica sui mercati nazionale ed internazionale, favorendo il turismo domestico e di prossimità proveniente dall'area europea.**

Inoltre le azioni i sono inoltre volte a favorire la **destagionalizzazione e la delocalizzazione** delle

---

<sup>1</sup>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

presenze turistiche in linea con la strategia nazionale e regionale per lo sviluppo sostenibile anche attraverso iniziative volte a promuovere e valorizzare il turismo a segmento Outdoor, estivo ed autunnale, e il “prodotto neve” nelle sue diverse articolazioni.

La proposta costruita in conformità alla programmazione regionale sopraccitata si compone per ognuna delle due linee promozionali di dieci parti essenziali:

- Marca e Comunicazione
- Tourism Intelligence
- Sviluppo della Destinazione in ottica di destagionalizzazione e delocalizzazione
- Temi, reti e grandi eventi
- Cultura e Saperi
- Il fatto a mano e i prodotti della terra
- Le azioni per la sostenibilità
- La piattaforma e il marketing digitale

## **OBBIETTIVI DELL'INTERVENTO E RISULTATI ATTESI**

### **Obbiettivi**

- Accrescere la notorietà e la brand reputation del Piemonte nei mercati target, consolidandone il posizionamento come destinazione autentica, sostenibile e attrattiva per diverse tipologie di visitatori interessati ai due segmenti di prodotto: Outdoor e Montagna Invernale.
- Aumentare l'interesse e l'intenzione di visita verso il Piemonte attraverso la valorizzazione delle eccellenze territoriali, delle esperienze turistiche e delle attività presenti sul territorio, promuovendone una fruizione destagionalizzata rispetto ai prodotti Outdoor e estivo e Montagna invernale;
- Valorizzare la pluralità e la varietà del Piemonte turistico, inclusi quelli a minore visibilità turistica, attraverso iniziative di comunicazione capaci di aumentarne la conoscenza e l'attrattività, promuovendo una distribuzione più equilibrata dei flussi turistici nel corso dell'anno e favorendone una fruizione più sostenibile del territorio.

## Risultati attesi

- Rafforzamento dell'attrattività turistica del Piemonte, sul mercato nazionale ed esteri di riferimento a seconda del prodotto, come destinazione turistica di qualità, capace di offrire esperienze autentiche e diversificate.
- Rafforzamento del posizionamento del Piemonte come destinazione Outdoor e Neve con incremento della notorietà e della riconoscibilità della destinazione come meta di riferimento per le attività invernali, outdoor e il turismo in montagna. Si prevede un aumento dell'interesse verso le località piemontesi con un'offerta turistica di scoperta, sostenibile e fruibile in più stagioni.
- Maggiore visibilità e attrattività dell'offerta outdoor e invernale con un incremento della conoscenza delle opportunità legate alla pratica di attività outdoor, agli sport della neve e alle esperienze in natura presenti sul territorio regionale. La campagna contribuirà a valorizzare la varietà dell'offerta piemontese, favorendo l'interesse di target diversificati e stimolando la scelta del Piemonte come meta per vacanze attive e soggiorni esperienziali.
- Maggiore capacità di attrarre nuovi visitatori, incrementare l'interesse verso la destinazione e favorire la crescita dei flussi turistici, sia internazionali sia domestici e di prossimità, durante l'intero arco dell'anno.

## TARGET

Il target turistico dell'intervento comprende sia i visitatori provenienti dall'estero che il mercato domestico italiano, con particolare attenzione ai flussi di prossimità d'interesse (DACH, Francia e Benelux) storicamente propensi alle attività all'aria aperta e caratterizzati da un'alta capacità di spesa.

Si rivolge nello specifico a:

- **Active & Slow Tourits (Sostenibilità ed Esperienza):** Amanti del trekking, del cicloturismo, del trail running e delle attività d'acqua, fortemente interessati a un turismo a basso impatto ambientale. Questo target cerca il connubio tra sport, paesaggi incontaminati ed eccellenze enogastronomiche/artigianali come premio a fine giornata.
- **Turisti interessati a Cultura e Tradizioni:** Viaggiatori che integrano l'attività fisica all'aperto con la scoperta di borghi storici, ecomusei, siti di archeologia industriale e filiere produttive locali situati lungo i percorsi escursionistici o ciclabili.
- **Turisti che prediligono il "Fuori Stagione":** Trekker, ciclisti e amanti delle attività all'aria

aperta che prediligono viaggiare in tarda estate e in autunno per evitare il caldo e il sovraffollamento, con un'attenzione al budget rispondendo perfettamente all'obiettivo di destagionalizzazione dei flussi.

- **Turisti amanti della natura autentica e di aree a bassa densità turistica**, alla ricerca di valli laterali, parchi naturali meno noti e borghi autentici, assecondando le strategie di decongestionamento delle mete di massa.

**Composizione della domanda Outdoor:** Famiglie attive, coppie di ogni fascia d'età (con forte crescita dei silver surfers), piccoli gruppi di amici e viaggiatori solitari alla ricerca di una riconnessione con la natura.

Il target della **campagna Neve** si concentra sul turismo bianco e si rivolge sia al mercato interno (prossimità regionale e nazionale per i weekend) sia ai mercati internazionali, con particolare enfasi su **Francia, Regno Unito, Polonia, Danimarca e Svezia** per soggiorni più lunghi come le settimane bianche.

Si rivolge nello specifico a:

- **Turisti appassionati di una montagna da vivere lentamente e a tutto tondo (Neve Esperienziale):** Non solo sciatori alpini tradizionali, ma un pubblico crescente interessato alla "neve lenta" e sostenibile: ciaspole, sci di fondo, scialpinismo e winter trekking, uniti alla fruizione di rifugi d'alta quota ed eccellenze gastronomiche invernali.
- **Apres-Ski & Winter Lovers:** Turisti attratti da grandi eventi sportivi invernali, manifestazioni sulla neve, mercatini tradizionali, enogastronomia d'alta quota, Apres Ski rivolti al target Young, capaci di generare attrattività anche nei periodi di bassa stagione invernale (es. gennaio e marzo).
- **Borghi di Neve e Soft Winter:** Turisti (spesso famiglie o coppie) che non sciano ma cercano l'atmosfera magica dei borghi alpini/appenninici innevati, la quiete di aree montane meno affollate, l'autenticità delle tradizioni invernali e il relax (centri termali e benessere alpino).

**Composizione della domanda Neve:** Famiglie con bambini (target chiave per le scuole sci), coppie in cerca di benessere e risonanza romantica, gruppi di giovani per le attività active e Apres Ski.

### **Sintesi della Campagna Integrata**

Entrambe le campagne mirano a riposizionare il territorio come una destinazione "4 Seasons", dove l'Outdoor estivo/autunnale e il turismo della Neve invernale si fondono in un'offerta cross-

stagionale. L'obiettivo comune è attrarre un turista consapevole, disposto a spendere di più per servizi di qualità e sicurezza, prolungando la permanenza media e distribuendo i flussi nello spazio (borghi e valli minori) e nel tempo (tutto l'anno).

## **AZIONI**

### **1) Linea promozionale estate - autunno 2026**

La campagna estiva e autunnale rivolta al segmento Outdoor è indirizzata a chi deve ancora decidere la meta delle vacanze estive, e a coloro che stanno già programmando una vacanza short break successiva al rientro estivo (Post-summer escape). La narrazione sarà emozionale e autentica, con un racconto caratterizzato da un Piemonte dove è possibile vivere esperienze active, e slow molto diverse tra loro. nel raggio di pochi chilometri.

I canali prioritari della campagna saranno: TV sui principali network nazionali e, in valutazione, campagna Digital Out of Home.

La campagna utilizzerà il linguaggio delle immagini per raccontare, attraverso uno storytelling fresco e immediato, l'offerta Outdoor piemontese in un contesto di pregio paesaggistico e con forti legami con le tradizioni culturali ed enogastronomiche della nostra destinazione.

### **2) Linea promozionale invernale 2026**

Inverno Slow & Autentico", la campagna prevede l'avvio di un piano integrato di comunicazione volto a posizionare il Piemonte come meta per il turismo invernale con una strategia punta a intercettare una domanda interessata allo sci, ma anche focalizzata su un'offerta legata alla sostenibilità, alle tradizioni locali e alla valorizzazione di esperienze enogastronomiche e di vita all'aria aperta, tra eventi e covivialità.

La campagna si rivolge a un pubblico nazionale e internazionale (coppie, viaggiatori individuali, piccoli gruppi e famiglie con figli grandi) caratterizzato da un profilo socio-culturale medio-alto, sensibile al vivere esperienze autentiche e una capacità di spesa interessante per servizi di qualità.

La pianificazione media sarà rivolta a:

- Mercato nazionale verso viaggiatori di prossimità (nord e centro Italia) interessati a short break settimanali o fughe nel weekend.

- Mercato internazionale obiettivo: UK, Francia, Paesi Scandinavi – Danimarca e Svezia -, Polonia interessati a settimane bianche, vacanze natalizie e, per il mercato francese weekend lunghi.

Le attività di comunicazione sfrutteranno un media mix integrato, programmato per coprire l'intera campagna del turista nel periodo da ottobre a dicembre. Qui a seguire i canali previsti:

- Pianificazione su network televisivi nazionali;
- Campagna Digital Out of Home sul Circuito Grandi Stazioni Retail;
- Campagna Radio sui principali network italiani;
- Digital & Programmatic Advertising: Campagne display e native su portali di viaggio internazionali e testate lifestyle, sui mercati esteri di interesse;
- Campagna ADV Social sul mercato italiano ed esteri obiettivo;
- PR e organizzazione di Press Tour /Influencer Tour mirati per l'individuazione di nuove esperienze invernali "Vista neve" alla scoperta di un Piemonte autentico, come pure di scoperta di borghi, esperienze culturali ed enogastronomiche all'insegna della lentezza e sostenibilità, rivolti al mercato italiano ed estero;
- Campagna promozionale presso gli aeroporti internazionali UK, Francia, per la Germania da valutare Francoforte e Monaco, con una pianificazione video su circuiti Digital Mupi o schermi Led con spot.

## **CRONOPROGRAMMA PROCEDURALE**

L'intervento, allo stato, in fase di progettazione, sarà avviato non appena ricevuto l'esito istruttorio da parte del Ministero del Turismo ovvero a partire dal 30 giugno 2026. È previsto un unico progetto e la fase realizzativa degli interventi decorrerà dal mese di luglio 2026 per concludersi entro il 31 dicembre 2026. La rendicontazione tecnico-amministrativa dell'intervento sarà presentata al Ministero del Turismo entro il primo trimestre 2027.

## **CRONOPROGRAMMA FINANZIARIO**

La spesa complessiva di 1.618.000, sarà realizzata entro il 31 dicembre 2026.

**INIZIATIVE VOLTE AD ASSICURARE UN ADEGUATO LIVELLO DI VISIBILITÀ E DI PROMOZIONE DEL CONTRIBUTO DEL MINISTERO DEL TURISMO E DOVE SI PREVEDE L'USO DEL LOGO, COME PREVISTO ALL'ARTICOLO 5, COMMA 5, DELL'ATTO DI PROGRAMMAZIONE DI PARTE CORRENTE 2026**

- **Inserimento del logo del Ministero del Turismo**

Il logo sarà presente su tutto il materiale informativo, promozionale e di comunicazione relativo alle attività sostenute dal FUNT. Ciò comprende:

- Brochure, flyer, manifesti e materiali stampati per eventi e campagne promozionali.
- Materiale audiovisivo e digitale, inclusi video promozionali e spot diffusi tramite TV e web.
- Siti internet e portali istituzionali dedicati alle iniziative turistiche, con visibilità in homepage e sulle pagine relative ai progetti cofinanziati.

- **Citazione della fonte di finanziamento**

In ogni comunicazione ufficiale, online o offline, sarà riportata in modo ben visibile la dicitura che le attività sono finanziate con il contributo del Ministero del Turismo tramite il Fondo Unico Nazionale del Turismo.

- **Presenza del logo su piattaforme digitali**

Il logo sarà inserito nelle campagne di marketing digitale, inclusi banner su portali di settore, newsletter, social media e nelle campagne di email marketing indirizzate ai potenziali turisti.

- **Visibilità durante eventi e manifestazioni**

Durante l'organizzazione di eventi, fiere e manifestazioni promosse nell'ambito del progetto, il logo sarà esposto su pannelli, totem, roll-up, schermi digitali e backdrop.