

**PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITA' DI  
PROMOZIONE, ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE  
TURISTICA  
ANNO 2020**

*Assessorato al Turismo  
Direzione Cultura, Turismo e Commercio  
Settore Promozione Turistica*

## PREMESSA

La Regione Piemonte considera la promozione e la crescita del turismo uno degli obiettivi prioritari per lo sviluppo del territorio, e riconosce che il turismo contribuisce alla crescita civile, culturale e sociale delle località ospitanti e dei visitatori.

Gli obiettivi di consolidamento e incremento del movimento turistico in Piemonte possono essere raggiunti attraverso azioni mirate che consentano di promuovere l'immagine del Piemonte e di valorizzare tutti i suoi prodotti turistici e ambiti territoriali.

Il Piemonte, in questi ultimi anni, ha mostrato una crescente attrazione dei flussi turistici, con tassi ufficiali di variazione che si differenziano nelle diverse aree territoriali del sistema turistico piemontese. A testimoniare il grande lavoro svolto in questi anni – mirato per far crescere il Piemonte come destinazione turistica con una forte ricaduta in termini di aumento di flussi turistici verso la nostra regione – è la prestigiosa classifica internazionale “Best in Travel”, curata da una delle guide turistiche più diffuse, che ha visto il Piemonte al primo posto tra le regioni del mondo da visitare nel 2019.

La programmazione per l'anno 2020 avrebbe tenuto conto dei positivi risultati ottenuti dal Piemonte nel corso di quest'ultimo biennio, con decisivi segnali di uscita dalla crisi economica internazionale che collocavano l'Italia tra i Paesi europei maggiormente in sofferenza.

Com'è noto, il mutato contesto conseguente alla crisi sanitaria Covid-19 e le derivanti azioni di contrasto alla pandemia hanno avuto un impatto significativamente negativo sul comparto del turismo: dette misure annullando, infatti, qualsiasi possibilità di spostamento dei cittadini italiani e impedendo l'accesso al territorio nazionale da parte dei cittadini stranieri nonché l'utilizzo delle strutture ricettive, hanno di fatto bloccato le attività dell'intera filiera turistica.

Da febbraio 2020, l'emergenza sanitaria ha fermato l'industria turistica piemontese chiudendo in anticipo e nettamente la stagione della montagna invernale e annullando i flussi “classici” della stagione primaverile nel periodo di lockdown: vacanze pasquali, “ponti” primaverili ed eventi. Soltanto a giugno inoltrato, a seguito della riapertura delle frontiere e delle possibilità di spostamento interregionale e fra gli stati europei, si sono determinate le condizioni per una ripresa dei consumi turistici.

Al momento attuale si stima una perdita tra il 60% e 70% dei flussi turistici nel 1° semestre dell'anno in conseguenza dell'emergenza sanitaria Covid-19.

Dal punto di vista dell'impatto economico, se a livello nazionale complessivo italiano è prevista una riduzione del PIL tra il -9,5% e -9,1%, la rete delle Unioncamere di Piemonte, Lombardia, Veneto e Emilia-Romagna per l'anno 2020 stima la variazione del valore aggiunto in queste regioni in -9,7% con il calo maggiore per la ricettività pari a -38,1%; le previsioni indicano che per ritornare ai valori del 2019 bisognerà arrivare al 2023.

Sul fronte dell'offerta ricettiva, la dotazione del Piemonte è pari a oltre 6.700 strutture ricettive e 201.200 posti letto.

Il comparto turistico piemontese conta oltre 46mila 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 e che rappresenta un valore di indotto di 7,5 miliardi di euro, pari al 7,4% del PIL regionale.

Alla luce di quanto sopra la programmazione annuale ha subito modifiche anche sostanziali, soprattutto nel corso del primo semestre, con annullamenti di fiere, borse turistiche, eventi e iniziative turistico-culturali.

Tale Documento vuole quindi essere uno strumento utile per il fondamentale rilancio turistico del Piemonte.

In attuazione dell'art. 3 della legge regionale n. 14 dell'11 luglio 2016 "Nuove disposizioni in materia di organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte", il Programma annuale 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 DMO VisitPiemonte, delle 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 DMO Piemonte Marketing, 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 assegnare per l'attività di DMO Piemonte Marketing, delle ATL, dei Consorzi di Operatori Turistici e degli 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 DMO Turismo Piemonte per l'attuazione delle proprie iniziative e dei programmi concernenti la promozione turistica e l'analisi e la consulenza di marketing turistico.

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.

## 1. TURISMO IN PIEMONTE: EVOLUZIONI 2019 e PROSPETTIVE 2020

Nel 2019 il turismo in Piemonte ha registrato oltre 5 milioni e 372 mila arrivi, cioè +1,82% sul 2018, con un particolare incremento del mercato estero, +3,7%, in linea con gli arrivi internazionali registrati in Europa dall'Organizzazione Mondiale del Turismo. Oltre 14 milioni e 932 mila i pernottamenti registrati con una flessione di 1,1% maggiore nel mercato domestico. Se si analizza l'evoluzione turistica piemontese su un arco temporale più ampio, si osserva che negli ultimi 10 anni gli arrivi sono cresciuti di oltre il 31%, le presenze del 21%.

I mesi estivi del 2019 si confermano i più importanti per il turismo regionale, attraendo oltre il 60% dei flussi, momento in cui si sono registrati +2% di arrivi ma -1% di presenze. L'andamento mensile conferma i picchi di luglio e agosto e come per l'anno precedente, risulta in aumento il mese di ottobre: +2,7% dei pernottamenti e +10,5% di arrivi. Complessivamente i flussi sono cresciuti maggiormente nell'ultimo trimestre dell'anno.

Per quanto riguarda la provenienza dei turisti, si confermano le quote pari a 56% dal mercato italiano e al 44% dal mercato estero già registrate nel 2018. I pernottamenti generati da turisti dall'estero sono stati circa 6 milioni e 559 mila. La Germania è sempre il primo Paese estero con una quota pari a circa il 22% del totale estero. Nel 2019, la Francia ha superato il BeNeLux ed entrambe valgono il 12% della componente internazionale. La flessione dei pernottamenti dall'estero riguarda maggiormente il Nord Europa che l'anno precedente aveva registrato un forte incremento – i pernottamenti dalla Scandinavia registrano una flessione pari a -9,2%, e i Paesi Bassi (-11%), mentre crescono le altre principali provenienze europee: Germania +2,7% arrivi e +0,6% presenze, Francia +5,1% di arrivi e +0,3% di presenze, Regno Unito +6,6% di arrivi e +19,9% di presenze e Russia +0,8% di arrivi e +9,3% di presenze.

Tra i mercati extra-europei di particolare interesse si confermano gli Stati Uniti (+5,3% di arrivi e +7,3% di presenze) e Cina che aumenta gli arrivi, ma vede in contrazione le presenze (+13,6% di arrivi e -9,9% di presenze).

Oltre ai dati statistici, la nuova piattaforma per la raccolta dei dati statistici permette di disporre di indicazioni qualitative sugli ospiti. L'informazione raccolta sul 63% dei turisti che hanno soggiornato in Piemonte descrive puntualmente il genere e il profilo anagrafico: il segmento più numeroso pari al 22% dei turisti ricade nella fascia di età 45-54 anni ed è prevalentemente di genere maschile. Il 6% di ospiti del segmento "bambini fino a 12 anni" conferma ampiamente la fruizione da parte delle famiglie.

Accanto a questi dati qualitativi si uniscono gli indicatori di soddisfazione e *sentiment* elaborati a partire dalle recensioni on-line dei principali portali di ricerca e prenotazione dei servizi turistici: in aumento la soddisfazione complessiva: da 84,14/100 del 2018 a 85,28/100 nel 2019. Il *sentiment* anch'esso in aumento di un punto e arriva a 86,31/100. Complessivamente la soddisfazione degli ospiti circa le strutture ricettive piemontesi è migliore rispetto al totale italiano: 87,7/100 verso 86,7/100.

Facendo riferimento ai territori, il 2019 ha registrato un bilancio positivo per stagione invernale 2018/2019 della montagna, che registra un +4,18% di arrivi e +3,13% di presenze. Per questa stagione sono soprattutto i flussi turistici italiani in crescita e compensano una flessione dall'estero.

Ottimo il consuntivo del turismo della montagna estiva: crescono gli arrivi (+1,08%), ma soprattutto i pernottamenti (+14,34%). Al contrario della stagione invernale, in questo caso crescono entrambe le componenti per quanto riguarda i pernottamenti (+10,5% dall'Italia e +24,2% dall'estero), mentre crescono gli arrivi italiani e sono in flessioni quelli esteri.

Per il segmento lacuale estivo, la stagione ha registrato una flessione sia degli arrivi (-1,58%) che dei pernottamenti (-2,05%).

L'area prodotto si consolida a forte prevalenza internazionale: infatti, la provenienza estera è pari al 77% degli arrivi e all'84% delle presenze totali. Si registra una flessione sia negli arrivi che nelle

presenze della componente straniera, mentre per il turismo nazionale si registra un aumento dei pernottamenti (+4,15%) con una lieve flessione degli arrivi (-0,42%).

Il segmento colline conferma la propria posizione con una crescita degli arrivi (+3,14%) e una flessione delle presenze (-1,68%). La componente estera vale oltre il 51% delle presenze totali e il 46% degli arrivi. Aumentano i flussi nazionali, mentre quelli esteri registrano una contrazione nei pernottamenti.

La Città di Torino registra oltre 3milioni e 644mila presenze (-4,1%) e oltre 1milione e 389mila arrivi (+7,6%), con un incremento più significativo della componente straniera (+3% di presenze e +26% di arrivi).

Per Torino gli indicatori di soddisfazione degli ospiti circa le strutture ricettive elaborata a partire dalle recensioni on-line risulta pari a da 87,2/100 maggiore di quasi due punti rispetto a quella per Milano.

In termini assoluti, le ATL Turismo Torino e Provincia e il Distretto dei Laghi si confermano, in valori assoluti, come le più attrattive a cui segue il territorio delle Langhe Monferrato Roero. La prima supera i 7 milioni di presenze con oltre 2.500.000 arrivi, la seconda invece registra più di 1,1milioni di arrivi e oltre 3milioni 780mila presenze.

Le migliori performance, in termini di crescita, si registrano sul territorio dell'ATL di Novara (+7,5% di arrivi e +7,2% di presenze), a seguire le Langhe Monferrato Roero (+5,3% di arrivi e -0,3% di presenze). L'ATL del Cuneese registra +1,9% di arrivi e -1,1% di presenze, sostanzialmente stabili gli arrivi di Alexala (-0,2%) con una flessione nelle presenze (-4,0%) analogamente al territorio dell'ATL Biella Valsesia e Vercelli (-0,6% di arrivi e -5,2% di presenze).

Se questi dati disegnano la fotografia della destinazione prima dell'emergenza sanitaria, il monitoraggio nel corso del 2020 è particolarmente importante per verificare l'effettiva ripresa del settore.

Nell'ambito del programma #RipartiTurismo, l'Osservatorio Turistico Regionale di VisitPiemonte DMO ha sviluppato due azioni specifiche per monitorare l'offerta e sondare la domanda dei prossimi mesi, in particolare, la popolazione italiana quale mercato più promettente nell'immediato.

Gli operatori turistici piemontesi si sentivano sostanzialmente pronti ad accogliere i visitatori fin dall'inizio di giugno. L'indagine sugli operatori della filiera ha coinvolto gestori di strutture ricettive (Hotel, Agriturismo, B&B, etc.) ristoratori, guida / accompagnatore, consorzio turistici, tour operator, agenzie di viaggi, attrattore turistico (sito culturale, museale, promotore gestore eventi, concerti e intrattenimenti, etc...), noleggio attrezzature (bike, e bike), trasporti turistici, attività commerciali, produttori agroalimentari *opinion leader* del territorio. A loro è stato chiesto una valutazione sui volumi della loro attività sui prossimi mesi, sul loro prodotto e sulle criticità e opportunità rilevate.

Al di là della forte preoccupazione per la crisi - oltre 80% degli operatori ritiene che nei prossimi tre mesi la propria attività subirà una forte contrazione - la maggior parte dei rispondenti si è dichiarato preparato a riaprire l'attività, pur lamentando poca chiarezza nelle linee guida di comportamento. I più preparati nella zona delle Langhe Monferrato Roero e, a seguire, nell'area di Biella Valsesia e Vercelli.

I punti forza riconosciuti al Piemonte che evidenziano maggiormente sono legati ad elementi intrinseci del territorio e del prodotto: montagna, lago, ampi spazi per soggiorni nella natura, attività outdoor, con possibilità di stare all'aria aperta in tranquillità. Questo soprattutto nei territori di Biella Valsesia e Vercelli, Cuneese e Distretto Turistico dei Laghi.

Ma anche elementi connessi alla configurazione dell'offerta turistica locale: strutture piccole di qualità, a conduzione familiare, con elevato rapporto qualità vs prezzo. Questa considerazione emerge soprattutto nelle aree di Langhe Monferrato Roero, Alexala e Novarese.

Le debolezze del prodotto sono connesse alla necessità di riorganizzare il prodotto per mercati differenti da quelli esteri che rappresentano i bacini consolidati (soprattutto per Distretto dei Laghi e Langhe Monferrato Roero) e al bisogno di aumentare la capacità di servizio con risorse non disponibili nell'attuale organizzazione (es., personale per le pulizie e sanificazione).

Le principali criticità che gli operatori sottolineano, sono legate all'incertezza sulle decisioni governative e alla cancellazione delle prenotazioni su tutto il territorio regionale. Ma si intravede anche l'opportunità legata alla scoperta di destinazioni minori da parte dei potenziali visitatori.

E i potenziali visitatori del Piemonte nei prossimi mesi ci sono e, secondo il sondaggio realizzato con la collaborazione di Metis Ricerche, il 25% degli italiani ha intenzione di fare una vacanza in Piemonte.

Per chi sceglierà la nostra regione, le principali destinazioni saranno Torino, Val Susa con Bardonecchia e Sestriere e poi Langhe, Roero e Monferrato e le Valli del Cuneese e Lago d'Orta.

Il soggiorno sarà all'insegna dell'attività all'aria aperta, del trekking ed escursionismo e della bicicletta. L'enogastronomia è la motivazione principale di coloro che ritengono probabile un soggiorno in Piemonte e a seguire i cammini spirituali. E' da notare che coloro che dichiarano di non sapere ancora dove andranno sono coloro che hanno una probabilità maggiore di apprezzare i soggiorni culturali.

Per la vacanza in Piemonte, si soggiognerà in albergo e in case private in affitto insieme alla propria famiglia o con il partner. La durata sarà in maggioranza di più settimane – tipico della vacanza estiva - ma è importante anche la quota di chi trascorrerà solo una settimana o short breaks. Il periodo più probabile della vacanza saranno i mesi di agosto e settembre spingendosi quindi più a fine estate e la ricerca delle informazioni avverrà in primo luogo nel passaparola di amici e parenti, a seguire attraverso sui portali di prenotazioni e sui siti web delle destinazioni.

Per l'acquisto si prediligerà accordi diretti con gli operatori (albergatori, guide, transfer, etc...) e a seguire l'acquisto on-line ( 34% e 27% rispettivamente).

Da sottolineare che chi ha fatto una vacanza in Piemonte negli ultimi tre anni ha un livello di soddisfazione molto alto: in una scala da 1 a 5 voto massimo per il 55% dei casi e voto 4 per il 39%. L'89% dichiara che rifarebbe la vacanza in Piemonte a conferma dell'intenzione di riacquisto.

Oggi i primi segnali di ripresa dei movimenti turistici sul territorio si stanno registrando anche nelle recensioni on-line dei visitatori.

Infatti, nei primi quattro mesi del 2020, l'emergenza sanitaria ha inciso molto sui comportamenti degli utenti facendo consuntivare un calo dei contenuti molto forte che per la ricettività è stata pari a -55,6%; in particolare, a marzo -76,7% e ad aprile -86,4%. Nel mese di maggio il calo di contenuti ha registrato una lieve risalita (-80,4%) e giugno registra una crescita rispetto a maggio: complessivamente del I semestre 2020 il calo di contenuti si attesa a -60% auspicando che si riduca via via per raggiungere i livelli dei primi mesi dell'anno.

## **2. MISURE STRAORDINARIE PER IL RILANCIO DEL COMPARTO TURISTICO**

La Regione Piemonte, al fine di contenere gli effetti negativi sul contesto socio-economico regionale, con la legge regionale 29 maggio 2020, n. 13 "Interventi di sostegno finanziario e di semplificazione per contrastare l'emergenza da Covid-19" ha previsto una serie di interventi mirati a favorire il riavvio delle attività produttive, tra cui misure specifiche a favore del comparto turistico, nel periodo post-emergenziale.

In particolare, l'art. 24 "Sostegno ai flussi turistici (Riparti turismo)" ha previsto la Misura "Voucher vacanze" per favorire i flussi turistici verso il Piemonte nelle fasi post emergenza da Covid-19", attraverso l'erogazione di "Voucher vacanze" a favore dei turisti, da utilizzare presso strutture alberghiere ed extralberghiere del territorio oppure per fruire di servizi turistici in loco.

La copertura finanziaria per l'attuazione di detta Misura è garantita dallo stanziamento di € 5.000.000,00 sul capitolo 178194/2020, Missione 7 Programma 1 del Bilancio regionale 2020/2022.

### 3. OBIETTIVI

Gli obiettivi generali del Piemonte turistico delineati prima della pandemia da Covid19 erano i seguenti:

- migliorare la competitività turistica piemontese per adeguarla ai nuovi scenari del mercato contemporaneo;
- incrementare il numero di arrivi e presenze turistiche nelle destinazioni turistiche del Piemonte;
- incrementare l'incidenza del settore turistico sul PIL regionale.

A seguito della pandemia il Consiglio e la Giunta regionale hanno attivato misure straordinarie, come descritte nel precedente paragrafo, sia attraverso l'approvazione della L.R. n.13/2020, sia con la DGR n. 2-1312 del 04.5.2020 RipartiPiemonte.

Gli obiettivi strategici cui la Regione, nell'attuare le proprie politiche per il turismo, ai sensi della l.r. n. 14/2016, dovrà tendere a raggiungere nel medio-lungo periodo e a cui contribuiscono le azioni sviluppate dal presente Piano nel corso del 2020 sono i seguenti:

- favorire il rilancio turistico del Piemonte a seguito dell'emergenza sanitaria attraverso la ricostruzione dell'immagine internazionale del territorio e dei prodotti del Piemonte, nel contesto di una fattiva promozione internazionale del "made in Italy";
- favorire il recupero e nuovo consolidamento dei flussi turistici nella fase post -emergenza intercettando, nel breve termine, maggiori quote della domanda interna nella stagione della ripresa;
- promuovere il posizionamento del Piemonte (prodotto & territorio) in un mercato globale (turismo, agrifood, loisir) che andrà incontro a radicali trasformazioni dati i vincoli economici, culturali e industriali di cui si vedono oggi i primi segnali;
- definire strategie di comunicazione e marketing delle destinazioni turistiche piemontesi presso i principali mercati di riferimento, tenendo conto dell'evoluzione della domanda turistica e degli scenari nel periodo post emergenza Covid;
- rafforzare la promozione turistica regionale con iniziative, modulate nel tempo, per prodotti e target anche in riferimento a quelli che saranno i mutati orientamenti dei mercati turistici nazionali e esteri nel nuovo scenario post crisi Covid.

Obiettivi strategici che potranno essere conseguiti attraverso:

- la creazione, lo sviluppo e la promozione di prodotti turistici a carattere innovativo, in grado di qualificare le destinazioni e favorire la ripresa e l'adeguamento del comparto a seguito dell'emergenza sanitaria;
- il miglioramento della qualità dell'accoglienza turistica delle destinazioni, con attenzione al prodotto outdoor, al cicloturismo, favorendo la ripresa e l'adeguamento del comparto a seguito dell'emergenza sanitaria;
- la promozione del Piemonte turistico e delle sue eccellenze, con particolare riferimento al lifestyle, patrimonio culturale, eventi;
- il sostegno a progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici regionali, mediante l'attivazione di nuovi servizi o potenziamento di quelli esistenti, realizzati anche con modalità digitali/innovative e finalizzati al rilancio turistico della regione a seguito dell'emergenza sanitaria;
- lo sviluppo di campagne promozionali multimediali a sostegno dei prodotti turistici della regione e declinate per mercati nonché azioni innovative di marketing integrato e di sostegno alle componenti imprenditoriali e professionali del comparto;
- il sostegno alle eccellenze riconosciute con attività di marketing strategico, secondo un preciso posizionamento mercato/prodotto/segmento di domanda;

- il sostegno attraverso iniziative di *co-marketing* ai collegamenti sulle principali mete europee sia dall'aeroporto di Caselle che di Levaldigi;
- la promozione del posizionamento distintivo e rilevante della destinazione Piemonte sui mercati internazionali, puntando sul trend del turismo attivo ed esperienziale, quale cicloturismo, pratiche outdoor;
- la promozione del territorio piemontese attraverso la valorizzazione di eventi e iniziative integrate in ambito culturale e turistico;
- lo sviluppo di una politica coordinata di Destination Management e di Destination marketing, e la costruzione di una strategia digitale efficace e per garantire la visibilità sui mercati anche rispetto alla concorrenza.

#### 4. I PRODOTTI TURISTICI

Alla luce delle principali aree turistiche sopra individuate, i prodotti turistici del Piemonte sui quali far convergere principalmente l'azione promozionale della Regione sono i seguenti:

- turismo della montagna invernale ed estiva;
- turismo dei laghi;
- turismo delle colline;
- turismo slow (ad esempio: cicloturismo, attività *open air*);
- turismo spirituale (ad esempio: Sacri Monti, Via Francigena, Santuari, Cammini e percorsi storico-devozionali);
- turismo dell'enogastronomia;
- turismo culturale (ad esempio: Residenze reali, Dimore storiche, Ville, Castelli, Giardini storici, borghi, città d'arte, musei, tradizione, folklore, eventi);
- turismo del benessere;
- turismo dello sport;
- turismo business e congressuale (ad esempio: convegni, *incentive*);
- Siti Unesco;
- Torino – city break;
- turismo del made in Piemonte e Shopping (ad esempio: *luxury Cashemire, outlet, tartufo, orafi*).

#### 5. I MERCATI

Gli interventi riguardano i mercati nazionale ed estero. I mercati di riferimento sono stati individuati all'inizio del 2020 sia sulla base dei dati relativi ai flussi turistici verso il Piemonte nell'ultimo decennio, sia sulla base dei trend di crescita internazionali dell'outgoing per selezionare i nuovi mercati emergenti di interesse per la regione<sup>1</sup>.

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 restrizioni ai movimenti turistici.

#### SEGMENTI DI MERCATO

Le azioni promozionali sui mercati di riferimento saranno declinate secondo la seguente segmentazione:

- famiglie, giovani/studenti, *dink (double income no kids)*, gruppi organizzati, sportivi, terza età;

---

<sup>1</sup>

**Paesi europei:** Italia, Germania, Austria, Regno Unito, Irlanda, Francia, Spagna, Benelux (Olanda, Belgio, Lussemburgo), Scandinavia (Svezia, Danimarca, Finlandia), Norvegia, Polonia, Ungheria, Repubbliche Baltiche, Svizzera, Russia.

**Paesi extra europei:** Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, Stati Uniti, Emirati Arabi.

- fasce sociali con buona capacità di spesa;
- aree (città e territori dei paesi/mercati di riferimento) con le migliori condizioni di collegamento verso Piemonte.

## TARGET

Le azioni promozionali e di comunicazione saranno rivolte in particolare a:

- Tour Operator e Agenzie Viaggi
- Turisti potenziali/clienti finali
- Media e Opinion Leader

## 6. 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 Turistiche Locali), uffici IAT (uffici d'informazione turistica), Consorzi turistici riconosciuti e Pro loco.

Con la legge regionale n. 14 dell'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, nel modificare un impianto normativo vecchio ormai di venti anni, ha avviato un processo in grado di adeguare la competitività turistica piemontese agli scenari del mercato contemporaneo.

Tale processo, in linea con la "riforma Madia", sta portando una profonda trasformazione del sistema turistico piemontese.

La legge regionale 14/2016 ha delineato un nuovo assetto dell'organizzazione turistica regionale, nel quale la nuova Agenzia regionale per lo sviluppo e la promozione del turismo e dei prodotti agroalimentari (DMO Piemonte s.c.r.l.), le ATL e i Consorzi di operatori turistici riconosciuti svolgono un ruolo centrale e strategico.

### DMO Visit Piemonte

DMO Piemonte s.c.r.l., denominata "Visit Piemonte", nasce dalla fusione con IMA – Istituto di Marketing Agroalimentare del Piemonte, svolge il ruolo di cabina di regia tecnica per lo sviluppo della competitività e dei processi di innovazione in grado di posizionare il Piemonte sul mercato nazionale e internazionale, per generare flussi turistici, eventi culturali, sportivi, convegni e incentive, e concorre operativamente al raggiungimento degli obiettivi definiti dalla Regione Piemonte, la quale ha titolarità esclusiva in materia turistica.

DMO Visit Piemonte srl svolge inoltre un importante ruolo di supporto progettuale e organizzativo nell'ambito delle attività regionali di promozione dell'agroalimentare piemontese.

In coerenza con gli obiettivi strategici regionali, le azioni di DMO, delineate nel Piano di attività 2020, approvato, mediante indirizzo al rappresentante regionale, con D.G.R. n. 5-1001 del 14/02/2020, comprendono, in sintesi, i seguenti ambiti di intervento:

a) **Osservatori e business intelligence** che prevede: attività di raccolta ed elaborazione dati a supporto della programmazione strategica regionale, con particolare riferimento a #RipartiTurismo; osservatorio sull'attività congressuale/MICE; lo sviluppo di partenariati strategici, convenzioni/collaborazioni in ambito scientifico; attività di benchmark.

b) **Sviluppo Offerta e marketing territoriale** che prevede: la valorizzazione delle risorse territoriali e del sistema paesaggistico e culturale, la valorizzazione dei percorsi turistico-spirituali, la promozione dei prodotti agroalimentari; lo sviluppo del segmento del lusso.

c) **Leve di promozione** che comprendono: partecipazione a fiere e workshop, quali ad esempio Discovery Italy, appuntamento b2b dedicato all'incoming; organizzazione del sistema turistico piemontese; organizzazione di press trip ed educational, in occasione, ad esempio di eventi quali Artissima; accordi di co-marketing; produzione di materiale promozionale.

d) **Comunicazione** che prevede, tra l'altro: la realizzazione di una campagna di advertising multisoggetto articolata sui 4 temi chiave della "narrazione" regionale (Arte, Cultura e Unesco; Enogastronomia e gusto; Paesaggi e turismo outdoor; Spiritualità e Cammini storici); l'attività di Media relations; il potenziamento e arricchimento del sito web [visitpiemonte.com](http://visitpiemonte.com) con nuovi strumenti digitali per i visitatori; azioni di sviluppo del social media system; attività mirata all'implementazione del patrimonio iconografico piemontese; la campagna di comunicazione #Ripartiturismo a sostegno del rilancio del comparto turistico; attività di competenze e team building (digital Academy).

## OSSERVATORIO DEL TURISMO

L'Osservatorio del Turismo, gestito dalla DMO Piemonte S.c.r.l., con riferimento all'art. 4 della L.R. n. 14/16, 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.

In particolare l'Osservatorio Turistico regionale per l'anno 2020, si pone i seguenti obiettivi:

- rendere disponibili gli indicatori delle statistiche ufficiali del turismo con più efficacia ed efficienza;
- integrare le statistiche ufficiali con indicatori quali-quantitativi elaborati sulla base di dati della telefonia mobile e tracciati sulla rete relativamente alla pressione turistica sul territorio in *real time* da un lato e del *sentiment* dall'altro;
- rendere disponibile un cruscotto di indicatori per il monitoraggio e la valutazione delle azioni da sviluppare o sviluppate.

La strategia adottata e condivisa con la Direzione Turismo implica:

- il consolidamento dello sviluppo del progetto di *change management* circa il processo – piattaforma di raccolta e gestione dei dati turistici «Piemonte Dati Turismo» a seguito della messa on-line il 1° aprile 2019 a favore delle strutture ricettive e il 1° ottobre 2019 a favore delle locazioni turistiche con il servizio di comunicazione «Locazioni Turistiche» attraverso il supporto agli utenti finali e ai loro fornitori (SW gestionale e/o intermediari);
- il rafforzamento della collaborazione continuativa con i referenti regionali e degli Enti territoriali preposti per la raccolta dei dati turistici con un coordinamento e tutoraggio costante;
- l'individuazione di strumenti e servizi di tipo *best practice* che permettano di elaborare indicatori ad integrazione delle statistiche ufficiali.

Fra le principali linee di attività:

- il supporto al raffinamento del processo di raccolta e gestione dei dati turistici attraverso «Piemonte Dati Turismo» a seguito della messa on-line il 1° aprile 2019 a favore delle strutture ricettive e il 1° ottobre 2019 a favore delle locazioni turistiche;

- ❑ la progettazione e lo sviluppo del reporting necessario ai fini del sistema turistico regionale;
- ❑ l'adozione di *tools* e/o servizi di analisi e monitoraggio ad integrazione delle statistiche ufficiali con particolare riferimento a *Sentiment* e *Big Data Analysis*;
- ❑ la divulgazione delle informazioni e la conoscenza desunta dall'elaborazione dei dati e *reporting* all'interno di tavoli di lavoro e/o gruppi di lavoro.

## **AGENZIE DI ACCOGLIENZA E DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE**

Allo scopo di valorizzare le risorse turistiche locali e favorire la loro conoscenza sono state costituite le ATL (art. 8 della l.r. 14/2016).

Le ATL hanno il compito di organizzare a livello locale l'attività di accoglienza, informazione e assistenza turistica, e in particolare, per l'ambito di competenza:

- forniscono informazioni turistiche, organizzando e coordinando a tal fine gli IAT (Uffici di Informazione e Accoglienza turistica);
- promuovono iniziative di valorizzazione turistica;
- contribuiscono a divulgare una cultura di accoglienza e di ospitalità turistica;
- favoriscono la formazione di proposte e pacchetti di offerta turistica da parte degli operatori.

La Regione promuove l'organizzazione delle ATL, secondo principi e criteri di economicità, efficacia ed omogeneità; l'obiettivo è quello di conseguire il contenimento della spesa. Alla luce del quadro normativo di riferimento e in attuazione del decreto Madia è in atto un processo di riorganizzazione del sistema turistico locale, finalizzato ad individuare le Agenzie di Accoglienza e promozione turistica che, in base alla capacità produttiva e all'organico previsto potranno continuare ad operare singolarmente oppure saranno destinate ad avviare un processo di aggregazione.

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

- ATL di Alessandria
- ATL di Biella, Valsesia Vercelli
- ATL del Cuneese
- ATL Distretto Turistico dei Laghi
- Ente Turismo Langhe Monferrato Roero
- ATL della Provincia di Novara
- ATL Turismo Torino e Provincia

La legge regionale 14/2016 individua nove ambiti territoriali turisticamente rilevanti, in cui operano le ATL:

1. Comune di Torino e Comuni della Città metropolitana di Torino;
2. Comuni della Provincia di Biella;
3. Comuni della Valsesia e della Provincia di Vercelli;
4. Comuni dei Laghi Maggiore, d'Orta e di Mergozzo, del Mottarone, del Vergante e dell'Ossola;
5. Comuni della provincia di Novara, con esclusione di quelli ricompresi nell'Ambito 4;
6. Comuni delle Langhe e del Roero;
7. Comuni della Provincia di Cuneo, con esclusione di quelli ricompresi nell'Ambito 6;
8. Comuni della Provincia di Alessandria;
9. Comuni della Provincia di Asti;

Per ogni ambito non potrà essere costituita più di una ATL, ma ad una stessa ATL potranno fare riferimento più ambiti territoriali.

L'art 16 della l.r. 14/2016 prevede che sia compito delle ATL provvedere all'istituzione degli IAT (Uffici di accoglienza turistica), dandone comunicazione alla Regione e indicandone ubicazione, orario di apertura, numero di addetti e modalità di gestione.

Le ATL possono affidare la gestione degli IAT alle associazioni turistiche Pro loco, ad organismi associativi di sviluppo turistico locale nonché ad enti gestori dei servizi di interesse pubblico.

### **CONSORZI DI OPERATORI TURISTICI**

L'art 18 della l.r. n. 14 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.

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 attuano, all'interno di uno degli ambiti territoriali turisticamente rilevanti o di aree di prodotto, programmi e progetti orientati alla gestione, allo sviluppo e alla qualificazione del prodotto turistico e dell'offerta, ai fini della commercializzazione turistica delle attività dei propri consorziati, compresa la prenotazione di servizi turistici.

I consorzi di operatori turistici hanno sede nel territorio dell'ambito territoriale turisticamente rilevante in cui svolgono la loro attività prevalente.

I consorzi di operatori turistici, riconosciuti ai sensi del comma 2 di detto articolo, possono beneficiare dei contributi di cui al successivo articolo 19 "Contributi per l'organizzazione turistica", sulla base di criteri e modalità stabiliti con deliberazione della Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente. I contributi sono concessi in proporzione al numero di associati con sede nell'ambito territoriale turisticamente rilevante oggetto dell'intervento. Possono inoltre beneficiare dei contributi di cui al successivo 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.

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".

Il legislatore regionale ha voluto attribuire alle Associazioni Pro Loco un importante rilievo locale in quanto svolgono attività di promozione del territorio in cui operano, mediante iniziative per lo sviluppo del turismo, dello sport, delle attività culturali, sociali, ambientali, di sviluppo delle tradizioni popolari e per la salvaguardia e la valorizzazione delle realtà e delle potenzialità naturalistiche e gastronomiche dei luoghi su cui insistono, siano essi Comuni o frazioni.

Tra gli obiettivi delle associazioni pro loco rientrano:

- una fattiva attività di organizzazione turistica delle rispettive località, proponendo alle amministrazioni competenti il miglioramento ambientale ed estetico della zona e tutte le iniziative atte a tutelare le bellezze naturali, nonché a valorizzare il patrimonio culturale, storico-monumentale ed ambientale;
- la promozione e l'organizzazione, anche in collaborazione con gli enti pubblici e/o privati, di iniziative quali visite, escursioni, ricerche, convegni, spettacoli, festeggiamenti, manifestazioni sportive ed enogastronomiche, nonché azioni di solidarietà sociale, recupero ambientale, restauro e gestione di monumenti, che servano ad attrarre i turisti ed a rendere più gradito il soggiorno degli stessi e dei residenti;
- lo sviluppo dell'ospitalità e dell'educazione turistica d'ambiente;
- lo stimolo al miglioramento dei servizi di accoglienza, delle infrastrutture e della ricettività alberghiera ed extralberghiera;
- l'informazione e l'accoglienza dei turisti, mediante l'istituzione di punti informativi sul territorio;
- la promozione e lo sviluppo dell'attività nel settore sociale e del volontariato a favore della popolazione della località, quali proposte turistiche specifiche per la terza età, progettazione e realizzazione di spazi sociali destinati all'educazione, alla formazione e allo svago dei minori, iniziative di coinvolgimento delle varie componenti della comunità locale finalizzate anche all'eliminazione di eventuali sacche di emarginazione, organizzazione di itinerari turistico-didattici per gruppi scolastici.

La legge regionale n. 36/2000 prevede che le associazioni pro loco in possesso dei requisiti di cui all'articolo 2 possano presentare richiesta di contributo finanziario alla Regione per la realizzazione di manifestazioni e iniziative finalizzate a promuovere e pubblicizzare le risorse turistiche locali.

La Regione riconosce inoltre l'attività dell'Unione nazionale pro loco d'Italia (UNPLI), nella sua articolazione del Comitato regionale del Piemonte e dei Comitati provinciali, sia come organismo di consulenza e di assistenza tecnico-amministrativa per il coordinamento delle attività delle associazioni pro loco iscritte a tale Unione sia quale soggetto che può concorrere in via diretta alla promozione turistica ed alla valorizzazione territoriale del Piemonte.

## **7. LINEE DI INTERVENTO PER LA PROMOZIONE TURISTICA DEL PIEMONTE**

Alla luce di quanto sopra delineato, nel 2020 le linee di intervento promozionali e di comunicazione riguardano, principalmente, i seguenti ambiti:

### **A) Azioni e interventi relativi alla promozione e commercializzazione turistica sul mercato italiano ed estero (partecipazione a fiere e borse turistiche in Italia; manifestazioni turistiche sul mercato europeo ed internazionale (preferibilmente in ambito ENIT – Agenzia Nazionale Italiana per il Turismo), tra i quali:**

- VAKANTIEBEURS, Utrecht 14/19 gennaio 2020;
- Borsa Internazionale del Turismo, Milano 9/11 febbraio 2020;
- FR.E.E., Monaco 19/23 febbraio 2020;
- ITB, Berlino 4/8 marzo 2020 – ANNULLATA;
- MITT, Mosca 17/19 marzo 2020 - ANNULLATA;
- Discovery Italy, Sestri Levante 27 marzo 2020 riprogrammata il 16 settembre 2020;
- TTG Travel Experience - Rimini 14/16 ottobre 2020;
- SKIPASS, Modena 29 ottobre/01 novembre 2020;
- WTM – World Travel Market, Londra 2/4 novembre 2020;
- IBTM World, Barcellona 1/3 dicembre 2020;
- ILTM, Cannes 7/10 dicembre 2020;
- Borsa Internazionale del Turismo, Milano 07-09 febbraio 2021;

Tale calendario potrà essere implementato o modificato in relazione all'evolversi degli scenari nazionali e internazionali, in conseguenza dell'emergenza Covid e delle ulteriori misure restrittive che potrebbero derivarne.

#### Partecipazione degli Operatori turistici piemontesi

Gli operatori turistici privati possono partecipare, unitamente alla Regione, alle manifestazioni espositive, fieristiche e borsistiche di carattere turistico e sportivo, in ambito nazionale ed internazionale, secondo le modalità di adesione stabilite dai soggetti organizzatori delle stesse manifestazioni o comunque secondo criteri di coerenza con le caratteristiche/finalità di queste ultime e di rappresentatività nel segmento turistico di appartenenza (Consorzi turistici, operatori di "incoming", ecc.), svolgendo azioni di commercializzazione dei prodotti turistici regionali.

Gli operatori sopra indicati, ai fini della partecipazione alle manifestazioni in argomento, sono tenuti al pagamento delle spese di iscrizione e/o di compartecipazione. L'ammontare di tali oneri varia in relazione a quanto stabilito dai diversi soggetti organizzatori delle manifestazioni e può pertanto tradursi in una spesa forfetaria comprensiva di oneri diversi o in quota parte proporzionale delle spese sostenute dalla Regione per l'affitto/allestimento dell'area espositiva e servizi vari forniti.

**B) Azioni di promozione e di comunicazione sviluppate anche in compartecipazione con altri soggetti, nell'ambito di grandi eventi e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, religioso, enogastronomico, sportivo, green, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese. Tra i diversi filoni di intervento si evidenziano, a titolo esemplificativo e non esaustivo:**

- Iniziative di co-marketing con gli aeroporti piemontesi e ferrovie volte ad aumentare il traffico incoming;
- Iniziative finalizzate favorire lo sviluppo di una migliore cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza, anche attraverso eventi e fiere;
- Iniziative volte a favorire lo sviluppo del turismo congressuale;
- Iniziative volte a favorire lo sviluppo del turismo sostenibile, accessibile e per tutti;
- Iniziative di grande attrazione turistica.

Detti progetti e iniziative possono essere così classificati, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

Turismo slow e sostenibile

- Iniziative di valorizzazione delle linee ferroviarie storiche del Piemonte, nell'ambito del Progetto "Binari Senza Tempo", avviato da FS;
- Progetto "VentoBici Tour 2020", pedalata collettiva da Torino a Venezia (o viceversa), lungo il tracciato di VENTO;
- Progetto "Piemonte Bike Friendly";
- Iniziative di valorizzazione del turismo lacuale;
- Iniziative promozionali degli itinerari cicloturistici piemontesi, tra natura, sport, arte, enogastronomia, borghi;
- Progetto "Bandiere Arancioni" del Piemonte;
- Iniziativa "Borghi sostenibili del Piemonte – località per un turismo più responsabile";
- Iniziative promozionali dei "comuni fioriti" del Piemonte.
- Green economy e turismo responsabile: Alagna green paradise

Turismo religioso e spirituale

- Iniziative di promozione e valorizzazione della Via Francigena e dei Cammini e percorsi storici/spirituali in Piemonte;
- Iniziative istituzionali di promozione del progetto di candidatura della Via Francigena italiana e della Sacra di San Michele a patrimonio mondiale dell'umanità Unesco;
- Progetto di valorizzazione delle chiese e dei percorsi romanici del Piemonte;
- Iniziative promozionali e di comunicazione finalizzate alla valorizzazione di eventi turistico-spirituali.

Turismo culturale

- Valorizzazione turistica dei siti piemontesi patrimonio Unesco del Piemonte, delle residenze sabaude, giardini storici, ville, castelli e dimore storiche;
- Iniziative di promozione nell'ambito di eventi, mostre, manifestazioni, iniziative turistico-culturali quali: "Dopo l'Unesco, io agisco", "Torino città del cinema 2020", "l'Anno del Barocco 2020", "Masters of Magic 2020";
- Iniziative promozionali di "Shopping tourism";
- Iniziative promozionale in occasione del 50° anniversario delle Regioni;
- Iniziative di promozione e di valorizzazione del polo dell'arte contemporanea;
- Iniziative di valorizzazione di iniziative e manifestazioni natalizie;
- Iniziative di valorizzazione delle botteghe storiche artigianali.

Turismo outdoor

- Campagne di promozione legate all'offerta della montagna invernale ed estiva;

- Iniziative di promozione del turismo sportivo e outdoor.

### Turismo enogastronomico

- Golosaria Monferrato 2020;
- Iniziative di promozione finalizzate alla valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche del territorio;
- Il Piemonte a Orlando (U.S.A.);
- Vetrina delle eccellenze piemontesi.

### Grandi attrattori turistici

- Terra madre 2020;
- Fiera del Tartufo Bianco d'Alba 2020 e altre manifestazioni legate al *Tuber magnatum*;
- Douja d'Or.

### Turismo Congressuale

Il settore congressuale fa riferimento a una filiera con un forte impatto economico, i cui benefici per la destinazione ospitante sono innumerevoli, quali ad esempio:

- capacità e propensione alla spesa dei delegati, equivalente al doppio almeno di quella media del turista leisure;
- attrazione di investimenti sul territorio;
- destagionalizzazione dell'attività turistica;
- opportunità di scambi culturali, tecnologici, scientifici e know-how.

Nel 2018 in Italia sono stati realizzati più di 421.000 tra congressi ed eventi, segnando un +5,8% rispetto al 2017 – con un particolare incremento degli eventi corporate e una lieve flessione di quelli associativi - e il Nord Ovest ha registrato una crescita di + 0,6% rispetto al 2017.

Il settore congressuale in Italia è in continua crescita e costituisce un'opportunità per le destinazioni in quanto rappresenta un turismo di qualità con alta capacità di spesa, pari almeno al doppio di quella dei turisti leisure e, nel nostro Paese, complessivamente il segmento business vale 1/5 dell'intera voce «turismo». Il turismo congressuale non solo permette di destagionalizzare i flussi turistici, ma finanzia anche le industrie più differenti, stimolando una crescita dell'impiego e creando opportunità di reddito per le imprese che direttamente o indirettamente – forniscono servizi connessi al turismo. Il Piemonte presenta molte caratteristiche interessanti per questo segmento: location, il mix di strutture per incontri di business unite a enogastronomia di eccellenza e variegate attività di outdoor disponibili. Su queste premesse, la Regione Piemonte ha deciso di potenziare la propria offerta e di creare opportunità per tutto il territorio regionale valorizzando quanto ciascuna area può proporre.

Pertanto, la Regione ha modificato la propria Legge 14/2016 con un emendamento, inserito nella Legge 19/2018, che ha attribuito a VisitPiemonte DMO il coordinamento regionale per la promozione nazionale ed estera di tale segmento. Considerato che le competenze specifiche del turismo congressuale erano presenti all'interno del Convention Bureau Torino (inserito nella struttura dell'ATL Turismo Torino e Provincia), a marzo 2019 VisitPiemonte ha stipulato una Convenzione che prevede il distacco, dall'ATL torinese, di alcune risorse specializzate e di comprovata esperienza, per un periodo di media durata necessario per poter sviluppare e consolidare il segmento, con il sostegno economico della Regione medesima. Tutte le attività realizzate in questo ambito saranno supportate anche da strumenti di misurazione (con l'avvio dell'Osservatorio congressuale) e dalla creazione di una cultura diffusa della gestione del turismo (incontri formativi e creazione di corsi avanzati c.d. "Academy" rivolti a personale ATL e VisitPiemonte), già previsti nelle attività istituzionali della Società.

### Turismo sostenibile, accessibile e per tutti

Nel corso dell'anno saranno avviate iniziative finalizzate a riconoscere ed aumentare la consapevolezza verso le tematiche della sostenibilità e dell'accessibilità e a promuovere il Piemonte come una destinazione ospitale e accogliente per tutti. Tra queste:

- il progetto Turismabile: una sorta di *brand* che identifica le realtà turistiche piemontesi che presentano un buon livello di fruibilità, sia in termini strutturali e di fruizione sia in materia di accoglienza, capaci di rispondere alle richieste dei viaggiatori con disabilità e con esigenze specifiche.
- il progetto “Piemonte Friendly”: iniziative finalizzate favorire lo sviluppo di una migliore cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza, anche attraverso eventi e fiere.

**C) Azioni e interventi specifici previsti da progetti di sviluppo e di promozione turistica e sportiva sia regionali sia interregionali nonché europei (completamento e co-finanziamento dei progetti interregionali di cui alla legge 135/2001, art. 5, comma 5, e legge 296/06, art. 1, comma 1227, e assimilati) e partecipazione a reti europee e internazionali:**

- Iniziative di promozione turistica in collaborazione con le Regioni Liguria e Valle d'Aosta, in esecuzione dell'Accordo di collaborazione approvato con D.G.R. n. 10 - 445 del 29 ottobre 2019;
- Continuazione del progetto interregionale “Italy Golf&More” e iniziative promozionali di avvicinamento all'evento golfistico mondiale “Ryder Cup” 2022, che si svolgerà in Italia, tra cui la candidatura di Torino all'International Golf Travel Marketing;
- Partecipazione al progetto interregionale “La Via Francigena” e alle relative iniziative promozionali;
- Adesione all'Associazione Europea delle Vie Francigene (AEVF);
- Partecipazione alla rete NecsTour;
- “Bicipeloacqua” nell'ambito del Programma INTERREG V-A-Svizzera
- “Ebike” nell'ambito del Programma INTERREG V-A-Svizzera

**ADESIONE A RETI EUROPEE ED ASSOCIAZIONI**

**NECSTOUR** – Rete europea delle regioni per il turismo sostenibile e competitivo: i servizi discendenti dall'adesione al network, in particolare l'attività di ricerca applicata al turismo sostenibile e la condivisione/promozione di ogni forma di coordinamento dei progetti in corso, rappresentano un valore aggiunto in termini di know how sulla progettazione europea sul turismo sostenibile, e di verifica immediata sull'applicabilità di metodi e procedure nel campo ricerca e sviluppo sui nuovi prodotti turistici.

**ASSOCIAZIONE EUROPEA DELLE VIE FRANCIGENE (AEVF)** - In qualità di soggetto ufficialmente abilitato dal Consiglio d'Europa, l'AEVF dialoga con istituzioni europee, regioni, collettività locali per promuovere i valori dei cammini e dei pellegrinaggi, partendo dallo sviluppo sostenibile dei territori attraverso un approccio culturale, identitario, turistico.

**PROGETTAZIONE A VALERE SUI PROGRAMMI EUROPEI**

Il 2020 ha segnato l'avvio dei progetti finanziati con i Programmi di Cooperazione Transfrontaliera Europea 2014 2020: in particolare, con il P.O. Italia Francia ALCOTRA, il PITEM P.A.C.E. e il relativo Progetto Salvaguardare, finalizzato alla valorizzazione del Forte di Exilles, di recente acquisizione a seguito del processo di “sdemanializzazione”, contribuirà al sostegno delle opere di accessibilità e messa in sicurezza del Forte, cui faranno seguito le azioni di promozione e comunicazione turistica da realizzarsi nell'anno 2021.

Inoltre, con il P.O. Italia Svizzera, la Regione aderisce a due progetti per la valorizzazione del suo patrimonio di itinerari cicloturistici: BICIPELOACQUA e EBIKE svilupperanno nel corso del 2020 e 2021 azioni fortemente integrate di *capacity building* e supporto alla creazione di reti di impresa interregionali.

Prosegue l'attività di coordinamento sui progetti di competenza della Direzione Cultura, Turismo, Commercio per i compiti relativi alla fase istruttoria, monitoraggio e collaudo finale; a valere sui Programmi di Cooperazione Transfrontaliera Europea 2014-2020, P.O. Italia-Francia Alcotra e P.O. Italia-Svizzera; in particolare, tra i progetti assegnati, stante che tra le Misure attuative dei Programmi Operativi, quella relativa al Patrimonio Naturale e Culturale risulta la più utilizzata nelle candidature, il Turismo detiene il primato dei progetti assegnati e relative procedure di rendicontazione e certificazione.

L'appuntamento annuale di "*European Tourism Day*", rappresenta uno strumento prezioso per l'aggiornamento sulle novità previste dai bandi e dalle *call for proposal* in preparazione alla Commissione Europea. Dal 2019 si aggiunge la "*European Industry Week*" - una settimana di eventi, tra cui anche quelli turistici, per la valorizzazione del patrimonio industriale e manifatturiero europeo; analogamente gli uffici monitorano la EIW per eventuali sviluppi utili al territorio.

Prosegue inoltre, l'attività di informazione e supporto alla filiera turistico/culturale pubblica e privata, funzionale alla predisposizione di candidature progettuali sui Programmi europei.

#### **D) Azioni promozionali-pubblicitarie, attraverso mass-media, acquisto di spazi promo pubblicitari su testate italiane ed estere, in relazione ai mercati e ai target di interesse per la promozione turistica, produzione editoriale e multimediale, produzione filmati, traduzioni multilingua:**

- Azioni promo-pubblicitarie attraverso mass-media: acquisto di spazi promo pubblicitari su testate italiane ed estere, pubblicità televisiva, radiofonica e web, spazi in luoghi altamente frequentati, in relazione ai mercati e ai target di interesse per la promozione turistica.
- Campagna di comunicazione neve e cultura;
- Iniziative di comunicazione e promozione presso gli aeroporti e i centri commerciali.
- Attività editoriale e multimediale: pubblicazioni, brochure, flyer, filmati e reportage, cartine tematiche, collane/annuari, guide turistiche; aggiornamento archivi fotografici; traduzione testi, pubblicazioni di carattere turistico e sportivo finalizzate alla valorizzazione delle eccellenze piemontesi e dei grandi eventi.

#### **E) Sviluppo, adeguamento, implementazione siti web e gestione data base**

- Aggiornamento e implementazione dei siti turistico-culturali regionali;
  - Aggiornamento del sistema b2b "DB Contatti Turismo";
  - Implementazione dei sistemi di rilevazione e analisi dati;
- Gestione sistema B2B "DB Contatti Turismo": ad oggi il data base annovera circa 2500 operatori nazionali ed esteri della domanda turistica, selezionati nel corso dell'attività di partecipazione a fiere ed eventi di settore: tour operator, agenzie viaggio, CRAL aziendali interessati ai prodotti turistici regionali e segmentati rispetto al proprio core business possono essere contattati dagli operatori del sistema turistico ricettivo, allo scopo di sviluppare azioni in comune.

#### **F) Attività di supporto alle azioni di promozione: magazzino, movimentazione, trasporti, spedizione e distribuzione materiale promozionale, logistica, allestimenti ecc.**

#### **Risorse finanziarie**

Le risorse regionali destinate al sostegno delle azioni di cui sopra (dalla lettera A alla lettera F) sono rese disponibili sui pertinenti capitoli 140699/2020 e 140864/2020 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2020-2022.

## **G) Interventi di sostegno per manifestazioni e iniziative turistiche, promozione e commercializzazione dei prodotti turistici, valorizzazione delle risorse turistiche locali.**

### **LEGGE REGIONALE 11 LUGLIO 2016, N. 14 - ART. 18**

(Consorti 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, ogni anno, con apposite determinazioni dirigenziali si riconoscono i consorzi di operatori turistici sulla base dei criteri definiti nella succitata deliberazione. Nell'anno 2020 l'aggiornamento dell'elenco dei consorzi riconosciuti è stato approvato con d.d. n. 106 del 28/05/2020.

### **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.

La commissione consiliare competente ha espresso parere favorevole nella seduta del 23.11.2017 (nota del 28.11.2017 agli atti del Settore).

#### **2 - Beneficiari**

Possono accedere ai contributi:

i Consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'articolo 18, di cui all'elenco approvato con specifica determinazione dirigenziale e aggiornato al 31 marzo 2020, la cui documentazione è agli atti del Settore.

#### **3 - Criteri generali**

Sono ammesse a finanziamento le domande di contributo dei Consorzi di operatori turistici riconosciuti che rispettino entrambe le seguenti condizioni:

- abbiano partecipato ad almeno 2 iniziative di promozione e commercializzazione nel corso dell'anno 2020;
- abbiano realizzato almeno 2 tipologie di prodotti, cartacei o digitali, di promo-pubblicità, di comunicazione e di commercializzazione relativi alle iniziative svolte nel corso dell'anno 2020.

#### **4 – Entità del contributo**

Il contributo, da concedersi, ai sensi del comma 4 dell'articolo 19 della legge regionale 14/2016, in proporzione al numero di associati con sede nell'ambito territoriale turisticamente rilevante oggetto dell'intervento, indicato entro i tempi di cui al precedente punto 2, verrà assegnato nel rispetto della seguente ripartizione:

numero di associati	Importo massimo riconoscibile
da 40 fino a 50* soci	€ 5.000,00
da 51 a 70 soci	€ 10.000,00
da 71 a 90 soci	€ 20.000,00
Oltre 91 soci	€ 25.000,00

\* I criteri per il riconoscimento dei consorzi di operatori turistici ai sensi dell'art. 18, alla lettera d) prevedono la deroga per quelli siti in comuni classificati come montani, stabilendo un numero minimo di venti soci; pertanto in tal caso quanto sopra è da intendersi **da 20 a 25**.

## **5 – Risorse finanziarie**

Le risorse regionali destinate al sostegno delle attività di cui all'art 19 sono rese disponibili sul pertinente capitolo 188732/2020 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2020-2022.

La modalità di presentazione delle candidature e della rendicontazione ai fini della liquidazione del contributo verranno definire 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.

A tal fine, la Giunta regionale, in relazione alla programmazione finanziaria annuale e pluriennale, definisce i criteri per la concessione dei contributi.

Ai fini della concessione di tali contributi per l'anno 2020, sono qui di seguito descritti i criteri generali che dovranno essere recepiti dal "Bando di presentazione di domanda di contributo ai sensi dell'art. 20" della l.r. 14/16.

### **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**

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:

A) Internazionali/Nazionali;

B) Regionali/Locali,

a cui corrispondono criteri, modalità di riconoscimento del contributo ed entità dello stesso, differenziati.

### **A) Macro-categoria A: Grandi attrattori turistici, eventi di livello nazionale e internazionale**

Appartengono alla macro-categoria A le manifestazioni:

- di carattere e di livello altamente rappresentativo dell'identità regionale a fini turistici;
- strategiche in funzione delle politiche turistiche regionali o comunque di particolare rilevanza per la Regione;
- di alta visibilità nazionale o internazionale, che qualificano e caratterizzano l'immagine turistica della regione anche alla luce della risonanza mediatica generata;
- che determinano comprovati e significativi flussi turistici e un notevole impatto e indotto economico sul territorio interessato;
- patrocinate, condivise e/o sostenute da più soggetti pubblici e privati;
- di durata di almeno 5 giorni;
- progettate e attuate da almeno 25 anni.

Per poter essere ammesse a contributo dette manifestazioni devono rispondere ad almeno quattro dei requisiti sopra descritti.

Le iniziative ricadenti nella macro-categoria A) sono individuate, sulla base delle caratteristiche sopra descritte, con provvedimento della Giunta regionale in relazione alla loro specificità e unicità, stabilendo altresì l'entità del contributo anche in relazione al loro valore economico, che comunque non potrà superare l'80% della spesa ritenuta ammissibile.

Le spese ammissibili sono riconosciute per la realizzazione di azioni di comunicazione, promozione e altre spese correlate.

A seguito dell'individuazione delle iniziative di cui alla macro-categoria A da parte della Giunta regionale, la concessione dei contributi avviene con determinazione del Responsabile del Settore Promozione turistica.

Il contributo concesso è liquidato dal Dirigente responsabile a seguito della verifica e della valutazione della documentazione contabile relativa all'iniziativa.

### **B) Macro-categoria B: Eventi di livello regionale e locale**

Appartengono alla Macro-categoria B le manifestazioni e iniziative di rilevanza turistica regionale o locale, organizzate nelle località del Piemonte, consolidate da almeno cinque edizioni, che valorizzano l'offerta turistica e contribuiscono all'arricchimento del prodotto turistico della regione.

La rilevanza turistica regionale o locale della manifestazione o dell'iniziativa è data dal possesso di almeno uno dei seguenti elementi:

- comprovata ricaduta turistica della manifestazione o dell'iniziativa sul territorio di riferimento, da documentare sulla base delle azioni di comunicazione previste (o riferibili a precedenti edizioni), dalla varietà del programma previsto, dai risultati positivi raggiunti in termini di aumento dei flussi turistici o di ricadute turistico-economiche, dal numero di edizioni raggiunte;
- le manifestazioni o iniziative devono essere patrocinate e cofinanziate anche da almeno un Ente sovraordinato, C.C.I.A.A., Fondazione Bancaria o similare;

- la manifestazione o l'iniziativa deve prevedere una promozione ad ampio raggio, estesa anche all'insieme del territorio di riferimento.

Il finanziamento non è rivolto alla promozione di feste patronali e di sagre paesane.

Il sostegno regionale è concesso ad una sola manifestazione/iniziativa per soggetto organizzatore. Non è pertanto concesso il contributo a programmazioni annuali comprendenti manifestazioni o iniziative di diversa natura e contenuti.

Non è altresì concesso il finanziamento per la sola realizzazione di materiale promo-pubblicitario non collegata e compresa nell'ambito di manifestazioni e/o iniziative attuate.

#### **b1) Spese ammesse**

Sono ammesse a contributo le seguenti spese:

- spese per le attività di comunicazione, di promozione - pubblicità della manifestazione/evento/iniziativa;
- spese per l'organizzazione di *educational tour* (rivolti a stampa qualificata e a operatori della domanda – T.O., A.d.V.).

Sono ammesse a contributo esclusivamente le spese relative alle azioni realizzate nel 2020.

Non rientrano nella spesa ammissibile le spese generali, le spese per il personale e l'I.V.A. se detraibile.

#### **b2) Entità dei contributi**

L'entità del contributo non potrà superare il limite massimo del 50% della spesa promozionale ammissibile e il limite di € 50.000,00. La percentuale sarà determinata sulla base delle risorse disponibili.

Ai fini del contributo, la spesa promozionale considerata ammissibile non deve essere inferiore a € 20.000,00.

Nel caso in cui una manifestazione, evento o iniziativa fruisca di contributi da parte di altre Direzioni regionali ovvero da altri enti pubblici, di diritto pubblico, di diritto privato, il contributo può essere concesso/erogato purché la somma complessiva di tutti i contributi non superi l'intero costo della manifestazione, evento o iniziativa; il suo superamento comporta la riduzione del contributo concesso.

Non saranno finanziate manifestazioni o iniziative che impieghino gli animali come oggetti o come bersagli ovvero che siano in contrasto con le norme di cui alla Legge 20 luglio 2004 n. 189, che detta disposizioni concernenti il divieto di maltrattamento degli animali nonché di impiego degli stessi in combattimenti clandestini o competizioni non autorizzate.

#### **4 - Risorse finanziarie**

Le risorse regionali destinate a sostenere la realizzazione di iniziative di comunicazione e di attività di promo-pubblicità, nell'ambito di manifestazioni ed eventi organizzati nelle località del Piemonte, sono rese disponibili sui pertinenti capitoli 152556/2020, 171526/2020 e 178245/2020 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2020-2022.

Nel caso si rendano disponibili maggiori risorse sui pertinenti capitoli del bilancio regionale 2020, queste saranno destinate ad incrementare le somme per l'attuazione di quanto previsto dall'art. 20 della l.r. 14/16 e secondo le modalità stabilite dal successivo apposito "Bando".

La modalità di presentazione delle candidature e della rendicontazione ai fini della liquidazione del contributo verranno 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**

L'art. 21 della legge regionale n. 14/2016 prevede che la Regione, al fine di incrementare i flussi turistici verso e all'interno del Piemonte e sviluppare l'economia turistica regionale, sostenga progetti di promozione e commercializzazione di prodotti turistici regionali attraverso la concessione di contributi alle Agenzie Turistiche Locali (ATL) e ai consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'art. 18 della suddetta legge.

In attuazione di detto articolo 21, la Giunta regionale definisce i criteri per la concessione di contributi per la promozione e la commercializzazione di prodotti turistici regionali.

Ai fini della concessione di tali contributi per l'anno 2020, sono qui di seguito riportati i criteri generali.

## **2 – Beneficiari**

Possono accedere ai contributi:

- Le Agenzie Turistiche Locali;
- I Consorzi di operatori turistici riconosciuti ai sensi dell'art. 18.

## **3 – Criteri generali**

Nell'anno 2020 sono ammessi a finanziamento progetti di promozione e commercializzazione aventi ad oggetto le seguenti tipologie di prodotti turistici quali: *outdoor, cicloturismo, montagna, turismo culturale, enogastronomia*.

Detti progetti devono essere finalizzati:

- al miglioramento della qualità dell'accoglienza turistica piemontese, mediante l'attivazione di nuovi servizi o potenziamento e messa in sicurezza di quelli esistenti nel rispetto delle misure introdotte dalle Autorità competenti a seguito dell'emergenza sanitaria;
- a favorire l'accessibilità per tutti e migliorare la fruizione delle eccellenze turistiche del territorio di competenza nel rispetto delle regole di "contingentamento" introdotte dalle competenti Autorità a seguito dell'emergenza sanitaria;
- a promuovere l'immagine del Piemonte anche mediante attività su web e social.

Il sostegno regionale è concesso ad un solo progetto per soggetto organizzatore.

### **3a) Azioni ammissibili**

Per la realizzazione di progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici regionali, le azioni ammesse a contributo sono quelle riferite a:

- ✓ produzione di materiale promo-pubblicitario, informativo, di comunicazione e di commercializzazione e relativa diffusione, anche *on-line* funzionale alle finalità dei soggetti di cui al precedente punto 2;
- ✓ organizzazione di workshop con modalità che consentano la partecipazione anche "a distanza";
- ✓ predisposizione e promozione di pacchetti turistici;
- ✓ attivazione/potenziamento/adeguamento dei servizi rivolti ai turisti, per favorire l'accessibilità e la fruizione delle eccellenze turistiche del territorio di competenza in condizioni di sicurezza, nel rispetto delle regole di "contingentamento" introdotte dalle competenti Autorità;
- ✓ progetti di formazione a distanza su tematiche relative al miglioramento dell'accoglienza e della promo-commercializzazione, rivolti al personale e agli operatori;
- ✓ informazione, comunicazione, promozione e promo-commercializzazione realizzata via web, social, ecc. e/o mediante iniziative/eventi realizzati "sul campo" in condizioni di sicurezza.

### **3b) Spese ammissibili**

Le spese – in capo ai beneficiari del contributo - devono riferirsi a una o più delle seguenti categorie ed essere strettamente correlate alle finalità e azioni del progetto di promo-commercializzazione oggetto della richiesta di contributo:

1. spese per collaborazioni, servizi e forniture;
2. spese di noleggio e/o acquisto attrezzature, prodotti hardware e software strettamente funzionali alle attività di progetto, il cui costo unitario sia inferiore a 516,46 euro;
3. spese per interventi necessari alla sanificazione dei locali direttamente utilizzati per le attività di progetto;
4. altre spese necessarie a modificare le modalità di realizzazione delle azioni previste in progetto, al fine di adeguarle rispetto alle esigenze di sicurezza e distanziamento sociale conseguenti all'emergenza sanitaria Covid;
5. spese del personale coinvolto nelle attività di progetto svolte anche in smart working nel limite del 70% della somma dei costi di progetto individuati dai punti da 1 a 5.  
Non possono essere valorizzate tra i costi di progetto le spese del personale che svolge attività di tipo amministrativo-contabile non connessa al progetto;
6. spese d'ufficio e amministrative nel limite del 10% del totale degli altri costi (punti da 1 a 5) e non dovranno essere rendicontate.

Le spese ammesse a contributo sono quelle riferite alle attività progettuali realizzate a partire dal **10 marzo 2020** e concluse entro il **31 marzo 2021**.

Ai fini della determinazione del contributo, l'I.V.A. se costituisce un costo d'esercizio sarà conteggiata nella spesa ammissibile; se, invece, non costituisce un costo d'esercizio e viene recuperata, sarà esclusa dal conteggio per la determinazione del contributo.

#### **4 – Entità del contributo**

Per ciascun progetto è previsto un contributo determinato sulla base delle spese ammissibili a preventivo; l'entità del contributo non potrà superare l'**80%** della spesa ammessa e il limite di € **120.000,00**.

Sono esclusi dal finanziamento progetti il cui valore complessivo delle spese ammissibili sia inferiore a euro 20.000,00.

#### **5 - Risorse finanziarie**

Le risorse regionali destinate al sostegno dei progetti di promo-commercializzazione sono rese disponibili sui pertinenti capitoli 178248/2020, 188732/2020 e 178248/2021, 188732/2021 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2020-2022.

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