



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

ANNO 2021

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.

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

Il mutato contesto conseguente alla crisi sanitaria Covid-19 e le derivanti azioni di contrasto alla pandemia hanno avuto un notevole impatto 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.

Nei primi 8 mesi del 2020, Eurostat ha rilevato che il numero delle notti trascorse nelle strutture ricettive nell'Unione europea (UE) a 27 ha subito un calo di oltre il 50% rispetto allo stesso periodo del 2019. I dati provvisori del nostro Paese, relativi ai primi nove mesi del 2020, sono in linea con il trend europeo (-60% rispetto allo stesso periodo del 2019, con quasi 192 milioni di presenze in meno) ed evidenziano l'entità della crisi del turismo interno generata dall'emergenza sanitaria, dopo anni di crescita costante del settore.

In particolare, il calo delle presenze è stato pari a - 82,4% a marzo, a - 95,4% ad aprile e a -92,9% a maggio. Pressoché assente la clientela straniera (-98,0 % sia ad aprile che a maggio). Complessivamente nei mesi del lockdown, la variazione, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è pari a -91,0% con una perdita di quasi 74 milioni di presenze, di cui 43,4 milioni di clienti stranieri e 30,3 milioni di italiani.

Nel mese di giugno 2020, in seguito alla possibilità di ripresa degli spostamenti interregionali, i flussi turistici sono timidamente risaliti; tuttavia, le presenze totali registrate rappresentano appena il 21% di quelle registrate nello stesso mese del 2019: la perdita di presenze è rimasta particolarmente alta per la componente straniera (-93,1%) rispetto a quella domestica (-63,3%). Il trimestre estivo (luglio, agosto e settembre) ha visto un recupero parziale, in particolare nel mese di agosto. La ripresa è stata decisamente più robusta per la componente domestica nazionale mentre più limitata, anche nel mese di agosto, per quella estera. Nel trimestre luglio-settembre, infatti, le presenze totali sono state pari a circa il 64% di quelle registrate l'anno precedente, con una perdita di più di 74,2 milioni di presenze, ma con performance delle due componenti fortemente divergenti: i pernottamenti dei clienti italiani hanno raggiunto poco più del 86% di quelli rilevati lo scorso anno, mentre quelli relativi ai clienti stranieri appena il 40 %.

Il persistere dello stato emergenziale sanitario e la recrudescenza della diffusione del virus nel periodo autunnale ed invernale ha nuovamente condizionato le attività turistiche bloccando di fatto il turismo bianco ed il sistema imprenditoriale collegato. L'avvio della campagna vaccinale ad inizio anno costituisce elemento di positività; tuttavia il percorso da compiere per un ritorno alla normalità, è sicuramente ancora lungo e non privo di incertezze.

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 Piemonte S.c.r.l., delle Agenzie di promozione ed accoglienza turistica locale (ATL) e dei Consorzi di Operatori Turistici;
- le azioni e gli strumenti principali, le risorse finanziarie necessarie per il conseguimento degli obiettivi dei programmi annuali, le risorse da destinare all'attività di promozione turistica svolta da DMO Piemonte S.c.r.l., dalle ATL e dai Consorzi di Operatori Turistici, nonché i criteri di riparto delle stesse;
- i criteri e le modalità di utilizzo delle risorse stanziare nel bilancio regionale per l'anno di riferimento, gli obiettivi e le iniziative da attuare, le relative previsioni di spesa, le risorse finanziarie da assegnare per l'attività di DMO Piemonte S.c.r.l., 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 Piemonte S.c.r.l. per l'attuazione delle proprie iniziative e dei programmi concernenti la promozione turistica e l'analisi e la consulenza di marketing turistico.

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 2020 E PROSPETTIVE 2021

I dati provvisori regionali sono allineati con le indicazioni nazionali – Osservatorio Nazionale del Turismo - che parlano di un calo di visitatori totali internazionali e nazionali del 60% nel 2020 rispetto all'anno precedente e che rimarranno al di sotto dei valori del 2019 anche nel 2021:-36%. In particolare, nel 2020 a livello Italia, si stima una riduzione del 71% dei turisti internazionali rispetto al 2019, così come una riduzione del turismo domestico pari al -46% rispetto all'anno precedente.

A livello nazionale, ISTAT afferma che nel periodo estivo luglio-settembre 2020, le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi sono state complessivamente il 63,9% di quelle dell'anno precedente, con un calo, quindi, del 36% riconducibile soprattutto alle mancate presenze dei clienti stranieri, che hanno registrato solo il 39,7% dei pernottamenti dello stesso trimestre del 2019, mentre per i clienti italiani le presenze sono risultate l'86,2% del risultato precedente.

Dall'elaborazione dell'Osservatorio Turistico Regionale a partire dai dati comunicati dagli operatori ricettivi e locatori attraverso il servizio Piemonte Dati Turismo (ROSS 1000), si evince che il primo bilancio provvisorio dei movimenti turistici in Piemonte nel 2020 registra una perdita del 54% di pernottamenti e del 58% degli arrivi rispetto al 2019.

Dal punto di vista dei mercati, i movimenti internazionali hanno subito una contrazione del 67% degli arrivi e del 63% dei pernottamenti; per quanto riguarda il mercato italiano -53% di arrivi e -48% presenze.

La provenienza estera che ha registrato una riduzione più contenuta è il Belgio; a seguire la Svizzera (-49% arrivi e -45% presenze e -53% di arrivi e -49% presenze rispettivamente). La Svizzera rimane la seconda provenienza estera dopo la Germania per valore assoluto di presenze.

Guardando ai movimenti dalle regioni italiane, i turisti dalla Lombardia hanno confermato l'interesse per la nostra destinazione registrando la contrazione più contenuta fra tutte le provenienze regionali: -38% di arrivi e -30% di presenze.

La stagione estiva ha registrato una ripresa rispetto alla chiusura forzata del lockdown primaverile. A livello di destinazione Piemonte il calo dei movimenti nel periodo luglio-settembre si riduce a -36% degli arrivi e -38% delle presenze. Luglio ed agosto sono i mesi di maggiore presenza turistica sul territorio.

Il mese di agosto presenta a livello regionale una riduzione complessiva di circa il 27% rispetto al 2019, ma con un andamento differente per le diverse aree territoriali.

A livello locale, nell'estate 2020, si osserva che rispetto all'analogo periodo del 2019:

- l'Alessandrino registra in agosto la minore diminuzione di pernottamenti di tutto il 2020 (-24% sull'anno precedente) e del 35% di arrivi. In termini di arrivi, il miglior risultato si registra, invece, nel mese di settembre; nello stesso mese il deficit nei pernottamenti si ferma a -20%;
- Biella, Valsesia e Vercelli sostanzialmente pareggiano i risultati del mese di agosto dell'anno precedente, -3% di arrivi e -0,5% di presenze;
- il Cuneese, in agosto, registra -17% di arrivi e -23% di presenze, con una flessione del 34% negli arrivi e del 31% di pernottamenti nel successivo mese di settembre;
- il Distretto dei Laghi registra ad agosto -14% di arrivi e -23% di pernottamenti;
- l'area Langhe Monferrato Roero ha quasi pareggiato i risultati di agosto 2019 e registrato una perdita del 32% di arrivi e del 31% di pernottamenti nel periodo di settembre-ottobre;
- l'ATL di Novara vede -38% di arrivi e -33% di pernottamenti nel mese di agosto;
- nell'area Torinese ad agosto -47% di arrivi e -44% di pernottamenti: calo che impatta notevolmente sul consuntivo regionale, anche se si tratta di un dato da considerare ancora provvisorio.

Valutando l'andamento per settori ricettivi, si evidenzia una maggiore riduzione dei movimenti nel settore alberghiero rispetto all'extralberghiero che in termini percentuali ha contrazioni minori nel periodo estivo.

Nonostante i riscontri generali negativi, analizzando i dati del sentiment su internet, nel 2020 il Piemonte come destinazione turistica è stato valutato 87,6 su 100, in crescita di circa 1 punto sul 2019 e superiore alla valutazione del totale Italia, che è di 86,9 su 100. La misurazione si basa sulla lettura aggregata delle recensioni che i visitatori lasciano sul web, per un totale di 31.000 punti di interesse. Il 70,4% delle recensioni sono state di utenti italiani, il 29,6% di stranieri, con la Francia in testa con il 7,3%. Questi dati lasciano quindi margini di speranza su un graduale aumento dei flussi nella nostra regione per la stagione primaverile ed estiva del 2021.

La Misura "Voucher vacanze " ha riscosso un notevole e successo; malgrado il perdurare della pandemia, sono stati venduti più di 29.000 voucher solo per la parte relativa ai pernottamenti . Il termine inizialmente fissato al 31.12.2020 per il completamento delle prenotazioni è stato prorogato al 30 giugno 2021. E' stata inoltre avviata una riprogrammazione delle risorse volta a mettere a disposizione un budget maggiore ai consorzi che hanno finora ottenuto una migliore performance.

Questi dati lasciano quindi margini di speranza per un graduale aumento dei flussi nella nostra regione per la stagione primaverile ed estiva del 2021.

I punti di forza riconosciuti al Piemonte che si 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.

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, Alessandrino e Novarese.

Le principali criticità che gli operatori sottolineano, sono ancora legate all'incertezza sulle decisioni governative e alla possibile cancellazione delle prenotazioni su tutto il territorio regionale.

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.

Ai fini attuativi il Settore Promozione turistica, avvalendosi della collaborazione di Finpiemonte s.p.a. ha attivato una campagna di sostegno alla fruizione delle destinazioni turistiche attraverso la messa a disposizione di voucher, utilizzabili da turisti nell'ambito di pacchetti vacanza, per trascorrere più di un pernottamento presso le strutture alberghiere ed extralberghiere, di cui uno a carico della Regione, o per fruire di servizi turistici in loco scontati grazie all'intervento regionale. La quota di risorse economiche destinate all'attuazione di tale campagna ammontano a 5.000.000,00 €.

La Giunta regionale, con D.G.R 19 giugno 2020 n. 39 -1564 ha ritenuto di affidare la distribuzione dei Voucher vacanze ai 15 Consorzi turistici presenti in Piemonte, riconosciuti con D.D n. 106 de 28 maggio 2020, sulla base dei criteri stabiliti con la D.G.R n. 21 - 5094 del 15 maggio 2017, diffusi sul territorio regionale anche attraverso i soggetti loro associati o partecipati.

La misura ha riscosso un notevole successo; sono stati venduti più di 29.000 voucher pernottamenti e 2100 servizi.

La Giunta regionale, con D.G.R n. 37- 2717 del 29 dicembre 2020 ha prorogato al 30 giugno 2021 la vendita dei Voucher, prevedendo altresì un riequilibrio nella distribuzione delle risorse volto a mettere a disposizione un budget maggiore ai consorzi che hanno finora ottenuto una migliore performance.

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 maggio.2020, relativa al Piano "Riparti Piemonte".

Gli obiettivi strategici cui la Regione, nell'attuare le proprie politiche per il turismo, ai sensi della l.r. n. 14/2016, dovrà tendere e a cui contribuiscono le azioni sviluppate dal presente Piano nel corso del 2021 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: Fortezze sabaude, 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 sia sulla base dei dati relativi ai flussi turistici verso il Piemonte nell'ultimo decennio, sia sulla base dei trend di crescita internazionali dell'outgoing per selezionare i nuovi mercati emergenti di interesse per la regione¹.

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;
- 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.

1

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.

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 di promozione ed accoglienza turistica locale), uffici IAT (uffici d'informazione turistica), Consorzi turistici riconosciuti e Pro loco.

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

La legge, 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 PIEMONTE S.c.r.l.

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

In coerenza con gli obiettivi strategici regionali, le azioni di DMO Piemonte S.c.r.l., delineate nel Piano di attività 2021, approvato, mediante indirizzo al rappresentante regionale, con D.G.R. n. n.23-2852 del 5 febbraio 2021, comprendono, in sintesi, i seguenti ambiti di intervento:

a) **Osservatori e business intelligence** che prevede: attività di raccolta ed elaborazioni dati a supporto della programmazione strategica regionale. Un focus particolare sarà dedicato allo studio degli effetti di "RipartiTurismo" per valutare l'impatto economico delle Misure e per raccogliere le indicazioni di propensione / intenzione al viaggio da parte della popolazione italiana e dei turisti provenienti dai principali mercati europei verso il Piemonte.

b) **Sviluppo Offerta & marketing territoriale** che prevede: azioni per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari; la valorizzazione delle risorse e degli itinerari culturali (Fortezze Sabaude e Anelli dei Siti Unesco in via prioritaria); lo sviluppo dell'Offerta Luxury, del turismo sostenibile, l'esplorazione delle nuove «frontiere» legate all'Intelligenza Artificiale nella valorizzazione del territorio a vantaggio dell'ecosistema piemontese.

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 tour, finalizzati a promuovere un'offerta diversificata per i target di riferimento e da organizzare anche in occasione di eventi importanti quali Torino Pride, evento di grande rilievo che si terrà a Settembre nella città torinese e che costituisce un'importante occasione per accrescere la notorietà del Piemonte come destinazione 'Gay Friendly' ed incrementare la quota di flussi LGBT, notoriamente alto spendente. Sono inoltre previsti accordi di co-

marketing; produzione di materiale promozionale, organizzazione di webinar e workshop e campagna di comunicazione intraregionale a supporto del Trade.

d) **Comunicazione** Attività dedicata al potenziamento delle risorse strumentali interne quali db contatti, media relations, implementazione del sito web 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).

e) **MICE** La pandemia da Covid-19 ha duramente colpito nel 2020 la meeting industry. Il 2021 si prospetta con una forte incertezza per il primo semestre tuttavia considerato il valore di questo settore, nonostante la crisi che sta affrontando a causa dell'emergenza sanitaria, DMO Piemonte S.c.r.l. ha ritenuto di proseguire l'investimento nello sviluppo delle attività MICE a livello regionale. Sono previste le seguenti attività: coordinamento ed animazione locale, adesione alle associazioni di Settore in ambito nazionale, partecipazione a road show nazionali, attività di comunicazione, organizzazione di workshop, educational tour e progetto Piemonte for wedding.

OSSERVATORIO DEL TURISMO

L'Osservatorio del Turismo, gestito da 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 2021, 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 previste per il 2021:

- consolidare lo 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;
- progettare e sviluppare il reporting necessario ai fini del sistema turistico regionale;
- adottare tools e/o servizi di analisi e monitoraggio ad integrazione delle statistiche ufficiali con particolare riferimento a Sentiment e Big Data Analysis;
- divulgare le informazioni e la conoscenza desunta dall'elaborazione dei dati e reporting all'interno di tavoli di lavoro e/o gruppi di lavoro (es. Osservatorio Langhe Roero e Monferrato);
- azioni a sostegno del programma #Ripartiturismo già avviate nel 2020 per raccogliere le indicazioni di propensione / intenzione al viaggio da parte della popolazione italiana e dei turisti provenienti dai principali mercati europei ad alta fidelizzazione verso il Piemonte al fine di rendere disponibili le informazioni utili per la programmazione alla Direzione Turismo della Regione Piemonte in termini di evoluzioni di scenario, monitoraggio della domanda e divulgazione dei risultati.

AGENZIE DI ACCOGLIENZA E DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE

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

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

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, attuando programmi e progetti orientati alla gestione, allo sviluppo, alla qualificazione dell'offerta e alla commercializzazione dei prodotti turistici.

La Regione riconosce sulla base di criteri e modalità stabiliti con deliberazione della Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, i consorzi di operatori turistici di rilevante interesse regionale.

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

ASSOCIAZIONI PRO LOCO

Le Associazioni Pro loco sono organismi di natura privatistica che, senza finalità di lucro, svolgono attività di promozione e valorizzazione del territorio e di utilità sociale e sono riconosciute dalla legge

regionale 7 aprile 2000 n. 36 "Riconoscimento e valorizzazione delle associazioni pro loco", che ha istituito l' "Albo delle associazioni turistiche pro loco".

La legge regionale n. 36/2000 prevede che le associazioni Pro loco in possesso dei requisiti definiti 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), organismo di coordinamento delle associazioni pro loco iscritte a tale Unione, quale soggetto che può concorrere in via diretta alla promozione turistica ed alla valorizzazione territoriale del Piemonte.

7. LINEE DI INTERVENTO PER LA PROMOZIONE TURISTICA DEL PIEMONTE

Distinte in:

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

2) Linee di intervento per il sostegno alle manifestazioni e iniziative turistiche, ai progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici, alla valorizzazione delle risorse turistiche locali ai sensi delle leggi regionali nn. 14/2016, 13/2020.

Tenuto conto dell'entità di risorse stanziata ai fini attuativi dei precedenti programmi, della ripartizione percentuale di dette risorse tra le linee di intervento ad attuazione diretta e a bando per la concessione di contributi, nonché dell'entità previsionale di spesa prevista per la realizzazione del presente programma stimata in €. 8.548.132,03 si prevede il seguente riparto percentuale di spesa entro i cui limiti si farà riferimento nell'utilizzo delle risorse assegnate.

1) Linee di intervento per la promozione turistica realizzate direttamente da Regione Piemonte e/o avvalendosi della collaborazione di DMO s.c.r.l. fino ad un massimo del 54% del suddetto importo.

2) Linee di intervento per il sostegno alle manifestazioni e iniziative turistiche, ai progetti di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici, alla valorizzazione delle risorse turistiche locali ai sensi delle leggi regionali nn. 14/2016, 13/2020 fino ad un massimo del 46% del suddetto importo.

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

LINEE DI INTERVENTO PER LA PROMOZIONE TURISTICA REALIZZATE DIRETTAMENTE DA REGIONE PIEMONTE ANCHE AVVALENDOSI DELLA COLLABORAZIONE DI DMO PIEMONTE S.c.r.l.

Nell'ambito di questa linea di intervento Regione Piemonte individua le azioni di promozione attivabili direttamente dal Settore Promozione turistica anche avvalendosi della collaborazione di DMO Piemonte S.c.r.l., ove sussistano le condizioni legittimanti in materia di affidamento diretto di cui agli articoli 5 e 192 del Dlgs 50/2016, nonché alla D.G.R. 2-6001 del 01.dicembre 2017, come da ultimo modificata dalla D.G.R. 21-2976 del 12 marzo 2021.

Le attività realizzabili eventualmente tramite DMO s.c.r.l. sono individuate nell'ambito del Piano annuale di attività della società secondo i seguenti criteri:

1) coerenza con la programmazione regionale;

2) integrazione e rafforzamento delle azioni direttamente individuate e realizzate dalla Regione Piemonte;

- 3) sostenibilità economica delle azioni in relazione alle risorse economiche disponibili sul Bilancio regionale.
- 4) indicazioni di priorità di intervento nel piano di attività 2021 di DMO Piemonte S.c.r.l.

LINEE DI INTERVENTO PER LA PROMOZIONE TURISTICA REALIZZATE DIRETTAMENTE DA REGIONE PIEMONTE O AVVALENDOSI DELLA COLLABORAZIONE DI DMO PIEMONTE S.c.r.l.		
Studi e analisi inerenti il sistema turistico del Piemonte		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO Piemonte S.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1)	Rif.piano att.DMO
1)Definizione e redazione delle Linee di Indirizzo Regionali per il Turismo anni 2022-2024. Attivazione di un gruppo di lavoro multidisciplinare supportato da esperti esterni per la definizione e redazione del documento.	1)Osservatorio Turistico Regionale, osservatorio # riparti turismo, osservatorio italiano congressi ed eventi. (art 4 l.r. 14/2016).	a1,a2
2) Studi sulla frequentazione turistica connessa alla pratica di attività outdoor estive ed invernali in relazione agli effetti della crisi emergenziale sanitaria da Covid 19.		
Promozione e supporto alla 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. Organizzazione di Press tour. Educ. tour . Sostegno alla commercializzazione attraverso l'attivazione di voucher vacanze.		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO Piemonte S.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1-2)	Rif.piano att.DMO
1) Coordinamento e gestione di rapporti con enti fieristici ed operatori, finalizzati alla partecipazione della Regione alle principali fiere e borse turistiche tra cui, a titolo esemplificativo per il mercato nazionale, BIT Milano, TTG Rimini, Skipass Modena. Per il mercato estero, ITB Virtual, WTM Londra, fiere/eventi segmento MICE tra cui IBTM World Barcellona . ²	1) Supporto organizzativo alle attività di promozione e comunicazione in occasione delle principali fiere e borse turistiche nazionali individuate nel programma regionale. Supporto alla gestione e al coordinamento della presenza piemontese alle principali fiere internazionali quali ITB Virtual, WTM Londra, fiere/eventi segmento MICE tra cui IBTM World Barcellona, fiere B2C Outdoor Salon de Randonneur, workshop sui mercati prioritari e workshop Discovery Italy.	c1,c2

² 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.

Ai fini della partecipazione alle manifestazioni in argomento, gli operatori 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 forfettaria 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.

2) Organizzazione di Press Tour ed Educ Tour per promuovere l'offerta turistica regionale anche in relazione all'organizzazione di importanti eventi culturali e sportivi che saranno ospitati in Piemonte quali ad es. Torino Pride, ATP finals etc.	2)Eventi Lonely Planet – «Piemonte on the road.	c4
3) Collaborazione alle attività finalizzate al coordinamento e alla gestione del programma di iniziative in occasione della presenza della Regione Piemonte a DUBAI Expo 2021. Attività da effettuarsi in raccordo con altre Direzioni regionali.	3) Supporto al trade in ambito intraregionale e organizzazione di workshop e webinar Piemonte con incontri B2B con domanda estera.	c8,c10
4) Attivazione Voucher Vacanze 2021.	4)Organizzazione di attività connesse all'evento Torino Pride 2021 .	c9
Realizzazione di iniziative idonee a valorizzare il territorio piemontese nell'ambito di grandi eventi attrattori e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, turismo lento, turismo religioso, turismo per tutti, turismo enogastronomico, turismo congressuale, turismo sportivo.		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO Piemonte S.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1)	Rif.piano att.DMO
1)Valorizzazione della Via Francigena e dei cammini storico devozionali del Piemonte.	1)Valorizzazione dei percorsi spirituali	b2
2)Attività di promo-valorizzazione offerta bike e di formazione degli operatori da realizzarsi nell'ambito di progetti IT-CH 2014-2020 "E-bike" e "Bicipelod'acqua".	2) Valorizzazione della montagna estiva ed invernale.	b1
3)Valorizzazione delle Fortezze sabaude nell'ambito di progettualità connesse al PITEM PACE (Alcotra 2014-2020) attraverso azioni promozionali rivolte al pubblico.	3) Anello dei siti UNESCO in Piemonte.	b8
4) Promozione e valorizzazione del turismo accessibile.	4) Valorizzazione Fortificazioni Sabaude.	b5
5)Valorizzazione dei Borghi sostenibili anche in continuità con le buone pratiche sviluppate nell'ambito del progetto Alagna Walser Green Paradise.	5) Intelligenza artificiale e valorizzazione del territorio.	b10
6)Valorizzazione in chiave turistica delle Aree protette regionali .		
7)Prosecuzione del Progetto "Dopo Unesco io agisco".		
8)Prosecuzione del progetto "Italy Golf and More".		
9)Iniziative di promozione collegate a grandi eventi attrattori del territorio quali Fiera del Tartufo Bianco d'Alba 2021 e ad altre importanti manifestazioni organizzate anche in ambito sportivo.		

Attuazione di interventi specifici previsti nell'ambito di progetti di sviluppo e di promozione turistica interregionali ed internazionali cofinanziati dallo Stato o dall'Unione Europea . Partecipazione a reti europee e internazionali.		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO Piemonte S.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1)	Rif.piano att.DMO
1)Azioni previste come partner del Progetto Italia-Svizzera 2014-2020 "Bicipeloacqua".		
2)Azioni previste come partner del Progetto Progetto Italia-Svizzera 2014-2020 "Ebike".		
3)Azioni previste come partner del Progetto Alcotra 2014-2020 "Salvaguardare" nell'ambito del PITEM PACE.		
4)Partecipazione progetto Italy Golf and More (prosecuzione attività - risorse già impegnate).		
5)Adesione rete NECS TOUR.		
6)Adesione Associazione Vie Francigene.		
Comunicazione da realizzarsi attraverso mass-media, acquisto di spazi promo- pubblicitari su testate italiane ed estere, social media e piattaforme tecnologiche, produzione editoriale tradizionale e digitale, prodotti multimediali, gadgets per la promozione turistica e sportiva ai target interessati e mercati di riferimento.		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO Piemonte S.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1-2)	Rif.piano att.DMO
1)Realizzazione in forma condivisa ed integrata con ATL e Consorzi di operatori turistici di materiale promo-informativo tradizionale, digitale e multimediale sui prodotti turistici del Piemonte da presentare in occasione della partecipazione alle Fiere nazionali ed internazionali.	1)Social media system. Sviluppo e consolidamento	d5
2)Azioni di comarketing da attivarsi con community e marchi produttrici di attrezzature per il tempo libero al fine di promuovere il territorio regionale in occasione di eventi sportivi anche internazionali.	2)Misurazione e monitoraggio attività di comunicazione.	d6
	3) Media relations.	d1
	4) Piemonte accessibile	d4
	5)Patrimonio iconografico piemontese	d7
	6)Press Tour in occasione del Torino Film festival	d9
	7)Campagne di comunicazione istituzionale ripartenza turistica	d10
	8)CRM Customer Relationship management	d11
	9)Mice Academy (competenze e team building)	e1

	10)Corsi di aggiornamento professionale	e4
	11)Coordinamento & animazione locale.(MICE)	g1
	12)Associazione di settore . (MICE)	g2
	13)Comunicazione (MICE)	g3
	14) Piemonte for weddings	g6
	15)Workshop nazionali/europei (MICE)	g5
	16)Convention MPI Italia (MICE)	g8
	17)Artissima 2021	altre att. b
Azioni di sviluppo, adeguamento, implementazione siti web e gestione data base		
Azioni direttamente realizzabili da Regione Piemonte	Azioni realizzabili da DMO s.c.r.l - Piano di attività DMO (priorità 1)	Rif.piano att.DMO
1) Implementazione sito www.piemonteitalia.eu (traduzioni) .	1) Implementazione Sito web www.visitpiemonte.com .	d2
2)Studio di fattibilità per la realizzazione di una piattaforma dati sui fornitori di servizi al turista (accompagnatori escursionistici, ciclo escursionisti professionisti dell'outdoor noleggi di attrezzature e servizi di trasporto).	2) Nuovi strumenti digitali per i visitatori.	d3
3)Rinnovo noleggio annuale server banca dati DB Contatti e manutenzione.	6)Sinergie e specializzazioni dei siti turistici regionali	d8

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

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

LEGGE REGIONALE 11 LUGLIO 2016, N. 14 - ART. 19

(Contributi per l'organizzazione turistica)

1 – Obiettivi

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

2 - Beneficiari

Possono accedere ai contributi:

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

3 - Criteri generali per la concessione dei contributi

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

4- Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definiti i criteri specifici per l'applicazione della presente linea d'intervento e l'entità delle risorse finanziarie che saranno rese disponibili sul pertinente capitolo 188732/2021 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2021-2023.

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

LEGGE REGIONALE 11 LUGLIO 2016, N. 14 - ART. 20

(Contributi per manifestazioni e iniziative turistiche)

1 – Obiettivi

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

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

2 – Beneficiari

Possono accedere ai contributi:

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

3 – Criteri generali per la concessione dei contributi

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

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

A) Macro-categoria A: Iniziative turistiche strategiche ed attrattori, di livello regionale nazionale e internazionale;

B) Macro-categoria B: Iniziative turistiche ed attrattori di livello locale;

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

4 – Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definiti i criteri specifici per l'applicazione della presente linea d'intervento e le risorse regionali destinate a sostenere la realizzazione di iniziative turistiche, di comunicazione e di attività di promo-pubblicità, relative alle Macrocategorie di cui alle lettere A) e B) del precedente cap. 3. Tali risorse sono rese disponibili sui pertinenti capitoli 152556/2021, 171526/2021 e 178245/2021 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2021-2023.

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

LEGGE REGIONALE 11 LUGLIO 2016, N. 14 - ART. 21

("Contributi per la promozione e la commercializzazione di prodotti turistici")

1 – Obiettivi

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 2021, 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

La Giunta regionale, ai sensi dell' articolo 6 della l.r. 14/2014 e in relazione alla programmazione finanziaria annuale e pluriennale, definisce i criteri per la concessione dei contributi, privilegiando progetti su più ambiti e partecipazioni da parte di soggetti diversi. È facoltà della Giunta regionale prevedere specifici criteri di premialità per la realizzazione di particolari progetti di area turistica condivisi, gestiti e sviluppati congiuntamente dalle ATL e dai consorzi di operatori turistici.

4 – Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale saranno definiti i criteri specifici per l'applicazione della presente linea d'intervento e le risorse regionali destinate al sostegno dei progetti di promocommercializzazione, tra quelle rese disponibili sui pertinenti capitoli 178248/2021, 188732/2021 e 178248/2022, 188732/2022 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2021-2023.

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

LEGGE REGIONALE 29 MAGGIO 2020 N. 13 - ART. 24 (Riparti turismo)

1 – Obiettivi

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.

2 – Beneficiari

La Giunta regionale, con deliberazione 19 giugno 2020 n. 39-1564, ha attivato tale Misura, attraverso i consorzi turistici riconosciuti ai sensi dell'articolo 18 della legge regionale 14/2016, i quali a loro volta si sono avvalsi di loro soggetti associati o partecipati, per mettere a disposizione i "Voucher vacanze", utilizzabili da turisti. La campagna di sostegno alla fruizione delle destinazioni turistiche attraverso la messa a disposizione di voucher vacanze, è stata attivata avvalendosi della collaborazione di Finpiemonte s.p.a.

3 – Criteri generali

La Giunta regionale, con deliberazione n. 37-2717 del 29 dicembre 2020 ha prorogato al 30 giugno 2021 la vendita dei Voucher, prevedendo altresì un riequilibrio nella distribuzione delle risorse volto a mettere a disposizione un budget maggiore ai consorzi che hanno finora ottenuto una migliore performance.

4 – Criteri specifici e risorse finanziarie

Con deliberazione della Giunta regionale, in caso di eventuale rifinanziamento della Misura, potranno essere definite le specifiche modalità di attuazione. Le risorse regionali destinate al rifinanziamento sono rese disponibili sul capitolo 178194 della missione 7 programma 1 del bilancio di previsione 2021-2023.