

Leonardo da Vinci. Disegnare il futuro Piano di comunicazione di DMO Piemonte Marketing

DMO Piemonte (la società *in house* della Regione per la valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio, partecipata anche da Unioncamere) **ha previsto un articolato piano di comunicazione** per dare **ampia visibilità al calendario di eventi** organizzati per celebrare il 500° anniversario della morte di Leonardo da Vinci, in raccordo con Turismo Torino e le altre ATL piemontesi. Il piano prevede **l'inserimento del programma leonardiano** all'interno dei principali canali di comunicazione già utilizzati da DMO - nell'ambito della propria attività - per promuovere il Piemonte nelle sue più diverse dimensioni, sia all'estero, sia in Italia.

In particolare:

1. **realizzazione di un video - in collaborazione con Getty Images** (una delle più grandi e prestigiose agenzie di comunicazione visiva e immagini fotografiche a livello internazionale) - dove si unirà il racconto delle attrazioni del Piemonte a quelle opere di Leonardo conservate a Torino e alle curiosità che legano il grande Maestro al territorio. Il video sarà diffuso attraverso i canali propri di DMO, della Regione, delle ATL e degli altri Enti coinvolti nelle celebrazioni
2. è stata creata una **sezione dedicata** a Leonardo sul sito visitpiemonte.com dove sarà consultabile il calendario completo e aggiornato degli eventi previsti a Torino e in Piemonte;
3. definito un **piano di comunicazione digitale** per aumentare la visibilità dello stesso calendario eventi sui *social media* collegati a visitpiemonte.com e **DMO Piemonte** (FB, LinkedIn, Twitter, Instagram);
4. inserimento nella **brochure istituzionale DMO** realizzata per presentare il Piemonte nei prossimi **appuntamenti fieristici nazionali** (es., Salone del Libro e Salone dell'Auto di Torino); **internazionali** (es., ITB Berlino, MITT Mosca, ITB Shanghai, etc.); e durante i **road-show** previsti su alcuni dei mercati esteri di interesse regionale. Le stesse brochure saranno usate all'interno del *welcome-kit* per l'accoglienza di delegazioni diplomatiche in visita alla Regione;
5. promozione della **mostra ai Musei Reali** e di tutto il calendario all'interno degli **accordi di co-marketing** con **Trenitalia, SNCF**, le principali **compagnie aeree** e alcuni **CRAL** nazionali;
6. attività di **media relation**, tramite contatti con le principali riviste di viaggio; organizzazione di **educational** rivolti a **Tour Operator** e giornalisti nazionali e di alcuni Paesi esteri di interesse regionale;
7. **allestimento visivo** (poster di benvenuto in Piemonte e principali informazioni) nell'area arrivi degli **aeroporti piemontesi**;
8. **diffusione delle brochure istituzionali e del video** Piemonte&Leonardo durante gli eventi organizzati **dall'Ente Fiera del Tartufo di Alba e da GL Events-Lingotto Fiere Torino**;
9. azioni di **cross promotion** (diffusione brochure, video, post...) con **ENIT, CEIP Piemonte** ed altri **soggetti regionali**.

Tali attività di comunicazione prevedono uno stretto raccordo con la Città di Torino, Turismo Torino e Provincia e con tutte le altre ATL del Piemonte, così da massimizzare l'efficacia del piano.