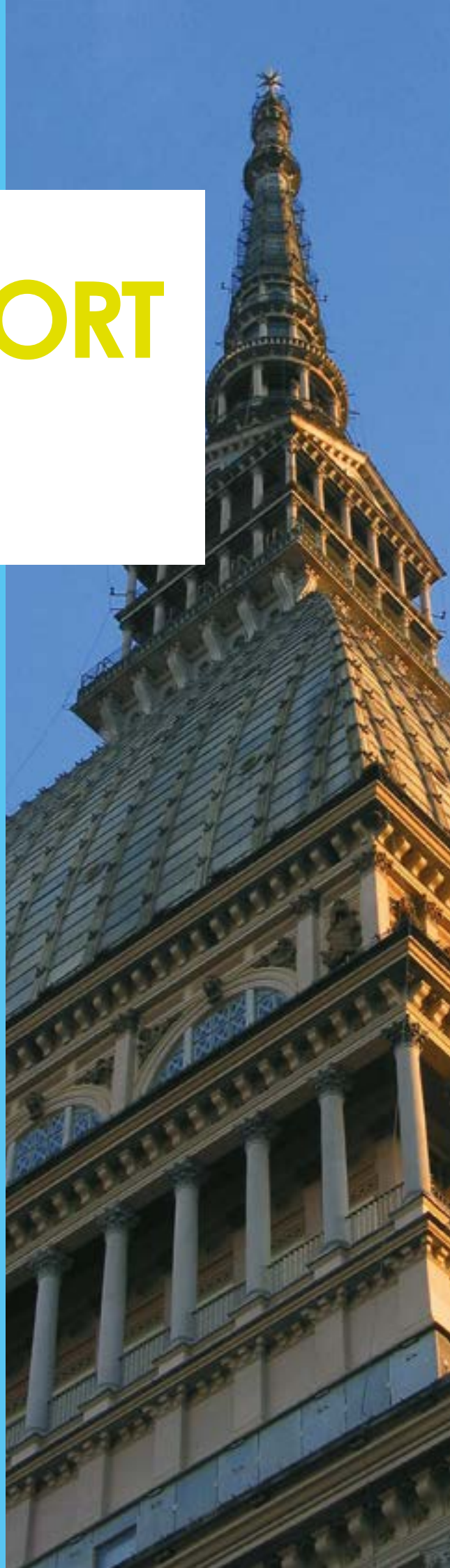


ANNUAL REPORT 2019



SOMMARIO

IL NOSTRO 2019	5
ARRIVI 2018	8
PRESENZE 2018	10
OFFERTA RICETTIVA 2008 - 2018	12
RISULTATI 2019	13
EVENTI	16
PRODOTTI TURISTICI	22
ATTIVITÀ CORPORATE	37
SVILUPPO TERRITORIALE	39
ACCOGLIENZA	41
REDAZIONE WEB E SOCIAL MEDIA	51
PROMOZIONE	54
UFFICIO STAMPA	63
TARGET	65
CONGRESSUALE	66
OSSERVATORIO	70
FUND RAISING	73
PERSONALE E ORGANIZZAZIONE	74

IL NOSTRO 2019

Il presente documento è una fotografia delle attività svolte e dei risultati ottenuti in questi 12 mesi grazie a un lavoro di squadra concreto e continuativo tra l'ATL Turismo Torino e Provincia, gli enti di riferimento, il territorio e gli operatori locali.

Il 2019 è iniziato con un'intensa attività di comunicazione e promozione dei **festeggiamenti per il 500° anniversario dalla morte di Leonardo da Vinci** - a seguito del ricco calendario di eventi e attività realizzato dalla Città di Torino - e che ha visto, in primis, l'ideazione del sito www.leonardoatorino.it e di una speciale edizione della Torino+Piemonte Card, caratterizzata da una nuova grafica in linea con l'immagine guida dell'evento e dalla possibilità di diventare un magnete da portare a casa dopo l'utilizzo grazie all'omaggio di una piccola calamita da apporre sul retro.

Sul fronte del web, il sito www.turismotorino.org, ha registrato un incremento di nuovi utenti del 35% e del 14% nelle visualizzazioni di pagina rispetto al 2018. Anche i **canali social** hanno visto un sostanziale incremento di followers. In particolare si evidenziano Instagram che ha registrato un incremento complessivo di follower del 37% rispetto all'anno precedente ed il profilo LinkedIn con 4.166 follower pari al 41% in più rispetto al 2018.

In ambito **promozionale** le diverse azioni condotte hanno consentito di consolidare il posizionamento nei diversi mercati prioritari (Italia, Europa di prossimità e Russia) e complementari (USA, Cina e Giappone). Per quanto riguarda il mercato cinese le azioni avviate nel 2013 sono proseguite attraverso la partecipazione a fiere, seminari, tavoli di lavoro e collaborazioni volte a far conoscere la destinazione e diffondere in più possibile il brand Torino e Piemonte. Dai dati elaborati sulle vendite **OLTA** (OnLine Travel Agency) nel 2019, si evidenzia un aumento complessivo delle vendite del +78% rispetto al 2017 e del +54% sul 2018 (con tendenza ad ulteriore aumento per il 2020). Anche nel 2019 si è infatti assistito ad un significativo e costante incremento delle vendite dei prodotti turistici che Turismo Torino e Provincia mette a disposizione delle principali OLTA internazionali.

Una novità è stata l'inserimento di 5 tipi di card turistica su "AGODA.COM", grande OLTA asiatica collegata alla nuova sezione tour&attività di Booking.com e "ITALY TRAVELS", operatore Italiano che ha creato una pagina dedicata all'offerta culturale delle principali città italiane tra cui Torino. Infine, grazie alla collaborazione con la piattaforma MUSEMENT è stata sperimentata con successo la vendita della Merenda Reale da maggio a dicembre 2019.

Strategica l'attività dell'**Osservatorio Turistico**: l'obiettivo è stato quello di avere, da un lato, una costante analisi della percezione del turista in merito ai servizi erogati e dall'altro un monitoraggio regolare e approfondito relativo all'andamento dei flussi turistici.

Proseguita la **partnership con European Cities Marketing**, importante network che da oltre 15 anni permette di accrescere le conoscenze in ambito turistico internazionale che ha visto nel mese di giugno la partecipazione di Turismo Torino e Provincia alla conferenza annuale a Ljubljana.

Importanti i numeri del **settore Congressuale** che, nel corso dell'anno, ha svolto 25 servizi desk in sede congressuale, ha in corso 28 candidature e ha acquisito 24 eventi tra congressi associativi e corporate per un totale di oltre 15.130 partecipanti e 39.870 pernottamenti. A seguito del successo ottenuto lo scorso anno, è proseguita l'iniziativa realizzata in collaborazione con Camera di commercio di Torino ed anche per il 2019 è stato elaborato un pacchetto di agevolazioni e contributi economici da concedere per eventi in candidatura, al fine di stimolare la scelta di Torino e battere la concorrenza delle altre destinazioni congressuali. Grazie all'incentivo sono stati acquisiti 11 congressi per un totale di 9.250 partecipanti, circa 24.300 pernottamenti e una ricaduta economica sul territorio stimata di oltre 6 milioni di euro.

Da segnalare due importanti eventi nel mese di ottobre per cui l'ATL è stata partner tecnico e operativo della Città di Torino: "**Torino Design of the City**" con il momento di punta del "Forum internazionale" presso l'Energy Center del Politecnico di Torino e relatori provenienti da tutto il mondo ed il "**TIEF - Forum internazionale di finanza islamica**": tre giorni di attività con sessioni di approfondimenti e dibattiti, insieme ad amministratori pubblici, ricercatori e docenti universitari, imprenditori ed esperti di finanza.

Sono proseguite le attività di **Sviluppo Territoriale** attraverso la programmazione di incontri con Sindaci e Assessori dei Comuni soci e del territorio e con la partecipazione a progetti e a tavoli di lavoro. In particolare nel pinerolese sono state sviluppate nuove attività legate all'artigianato che in questo territorio rappresenta un aspetto identitario da valorizzare e promuovere mentre in Val Chisone e Susa i temi dominanti sono stati l'outdoor e gli eventi sportivi.

Accanto alle consuete attività di **Ufficio Stampa**, sia nazionale che internazionale, si evidenzia un impegno particolare rivolto al mondo degli Influencer e degli Instagramer oltre al coinvolgimento attivo dei blogger e dei foodblogger presenti sul territorio per la promozione di iniziative e prodotti della Città Metropolitana e della Regione Piemonte. Completa l'attività, una costante azione di pubbliche relazioni sul territorio e di "reportage social" degli eventi attraverso l'utilizzo dei profili dell'ufficio stampa.

Per quanto concerne il **Turismo Montano**, il Consorzio ha mantenuto e consolidato le attività di collaborazione con gli aderenti al Club di Prodotto delle Grandi Stazioni Internazionali e con i Consorzi Turistici Locali. Oltre alla consueta partecipazione alle più importanti fiere di settore, tra le principali azioni che hanno caratterizzato il 2019 si evidenziano lo scambio di buone pratiche e le attività di promozione verso il mercato Cina con l'obiettivo di attirare flussi turistici nel territorio piemontese.

Per quanto riguarda il **Fund Raising**, nel 2019, il progetto Interreg Alcotra Italia-Francia Turismo del Gusto ha subito un arresto per l'uscita di 2 partner francesi. Turismo Alpmed è diventato il nuovo Capofila e, dal mese di novembre, sono riprese le attività che si compiranno nel 2020 e primi mesi del 2021. Turismo Torino e Provincia è stato inoltre coinvolto nel progetto Alcotra per la realizzazione di azioni legate alla valorizzazione dei Forti presenti nel territorio piemontese.

Da segnalare inoltre i numeri registrati nel corso del 2019 negli **Uffici del Turismo**: 266.000 tra contatti e passaggi, più di 735.000 richieste di informazioni evase con una movimentazione di circa 950.000 materiali. L'area preposta ha inoltre operato per migliorare la qualità dell'accoglienza negli Uffici IAT, in particolare con il restyling dell'Ufficio del Turismo di Bardonecchia, con il progetto del nuovo Ufficio del Turismo di Sestriere e con il presidio del **nuovo punto informativo all'interno dell'Aeroporto di Torino**.

Ed infine, ma non per importanza, si evidenzia la definizione e l'avvio del progetto di **Smart Working** con il quale si è aperta la possibilità di lavorare in modalità agile al personale di sede e, in modalità diverse, a quello operante negli IAT cittadini e fuori Torino. Progetto premiato da Federcongressi&Eventi - Federazione delle Associazioni della Meeting & Incentive Industry operanti in Italia - con il Members Choice Award votato direttamente dai soci durante la convention.

2018

ARRIVI

CITTÀ METROPOLITANA

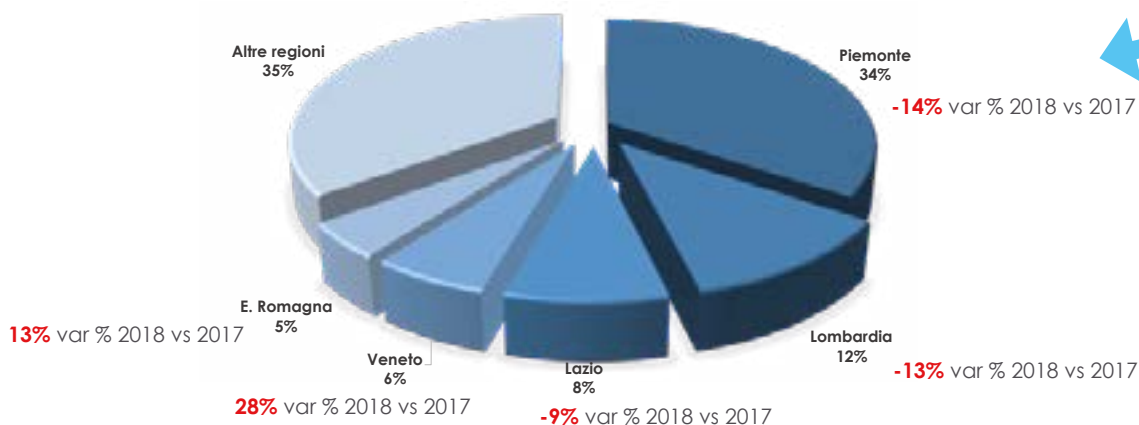
2.505.985

+2% var % 2018 vs 2017



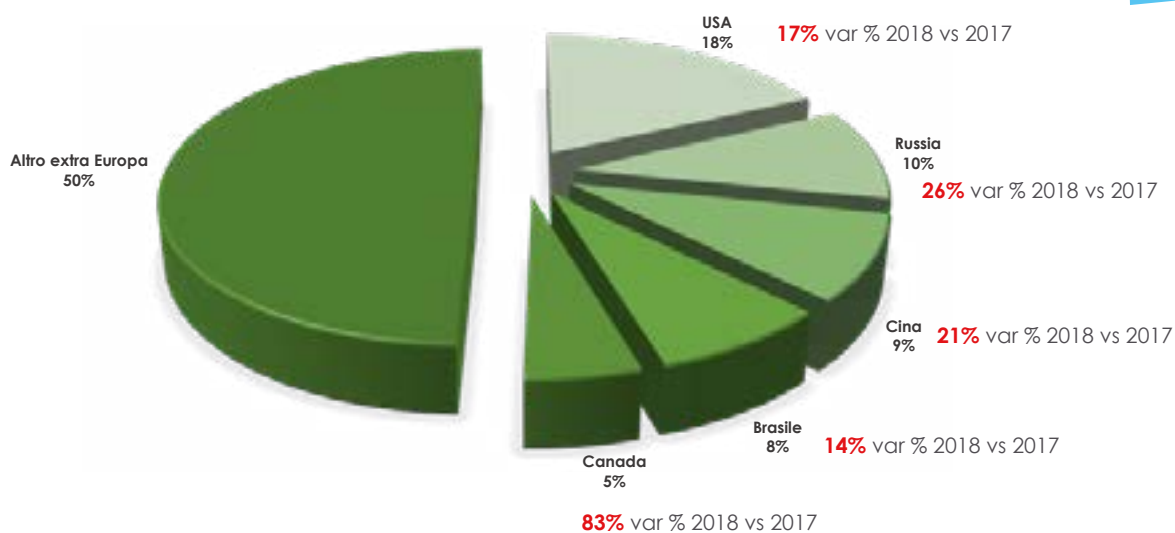
ITALIA

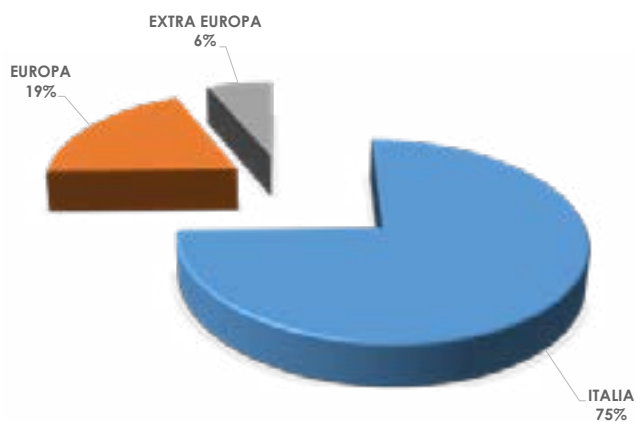
-1% var % 2018 vs 2017



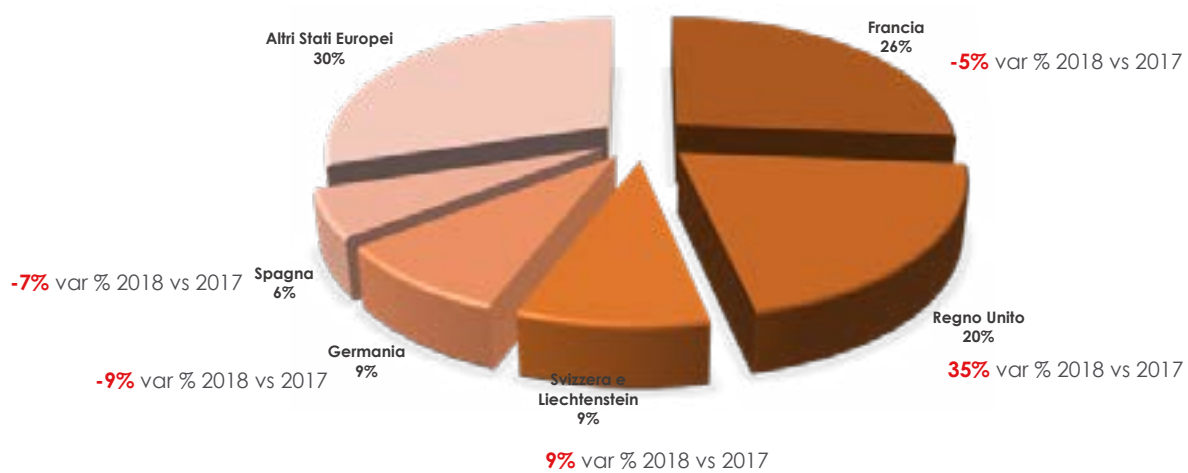
EXTRA EUROPA

+15% var % 2018 vs 2017





EUROPA +10% var % 2018 vs 2017



2018

PRESENZE

CITTÀ METROPOLITANA

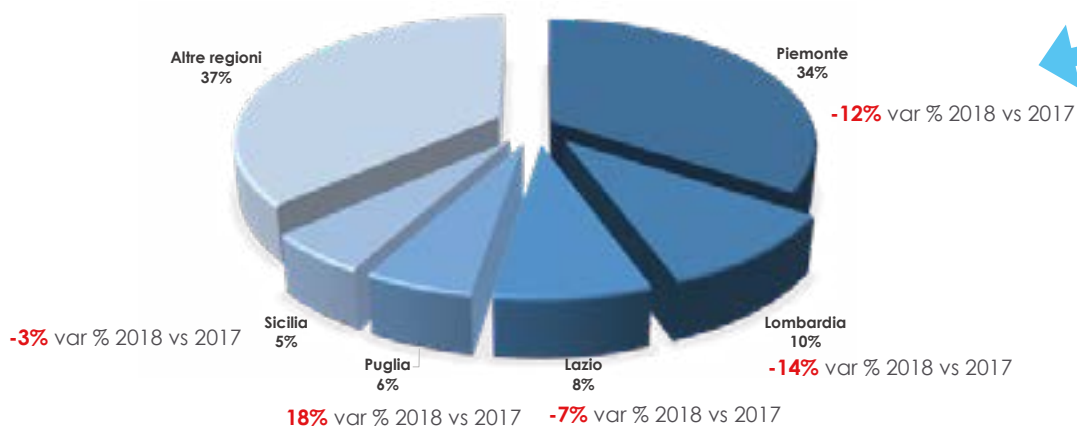
7.248.575

+3% var % 2018 vs 2017



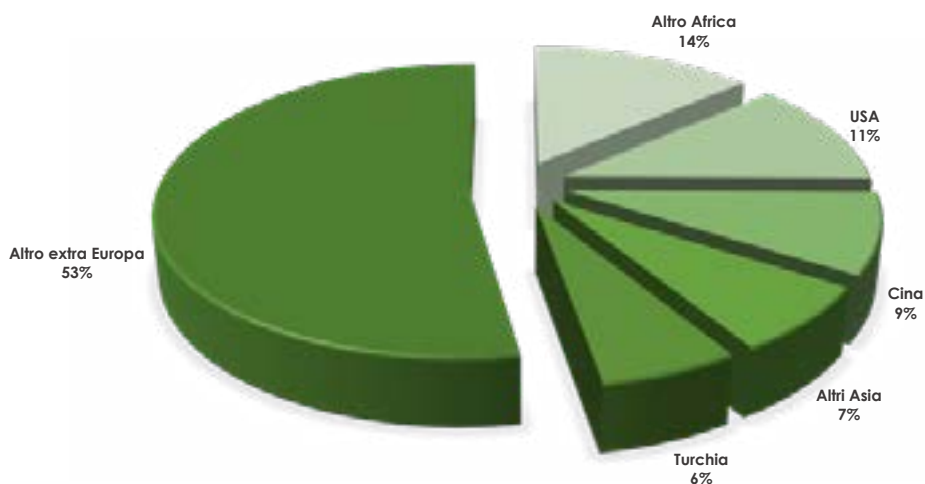
ITALIA

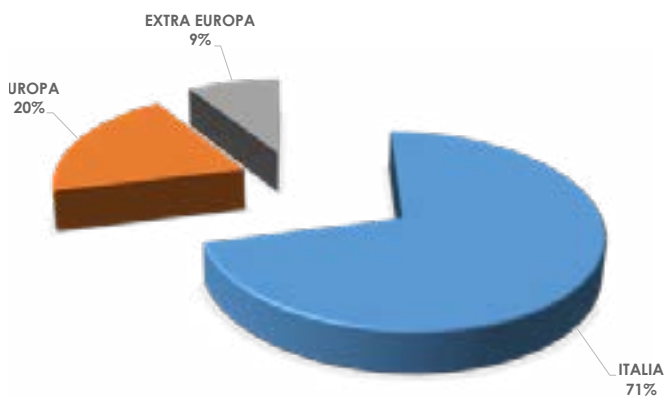
-1% var % 2018 vs 2017



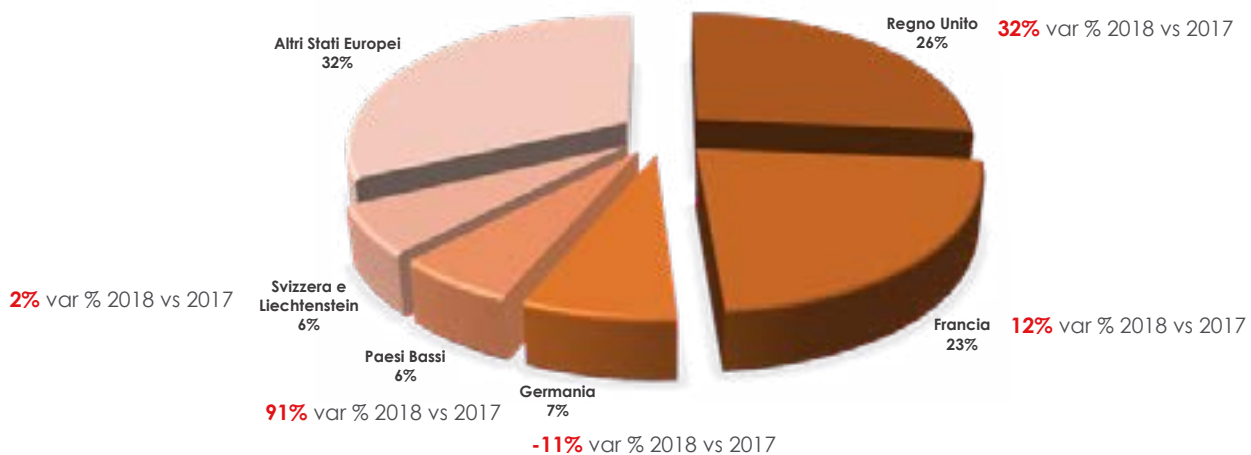
EXTRA EUROPA

+9% var % 2018 vs 2017



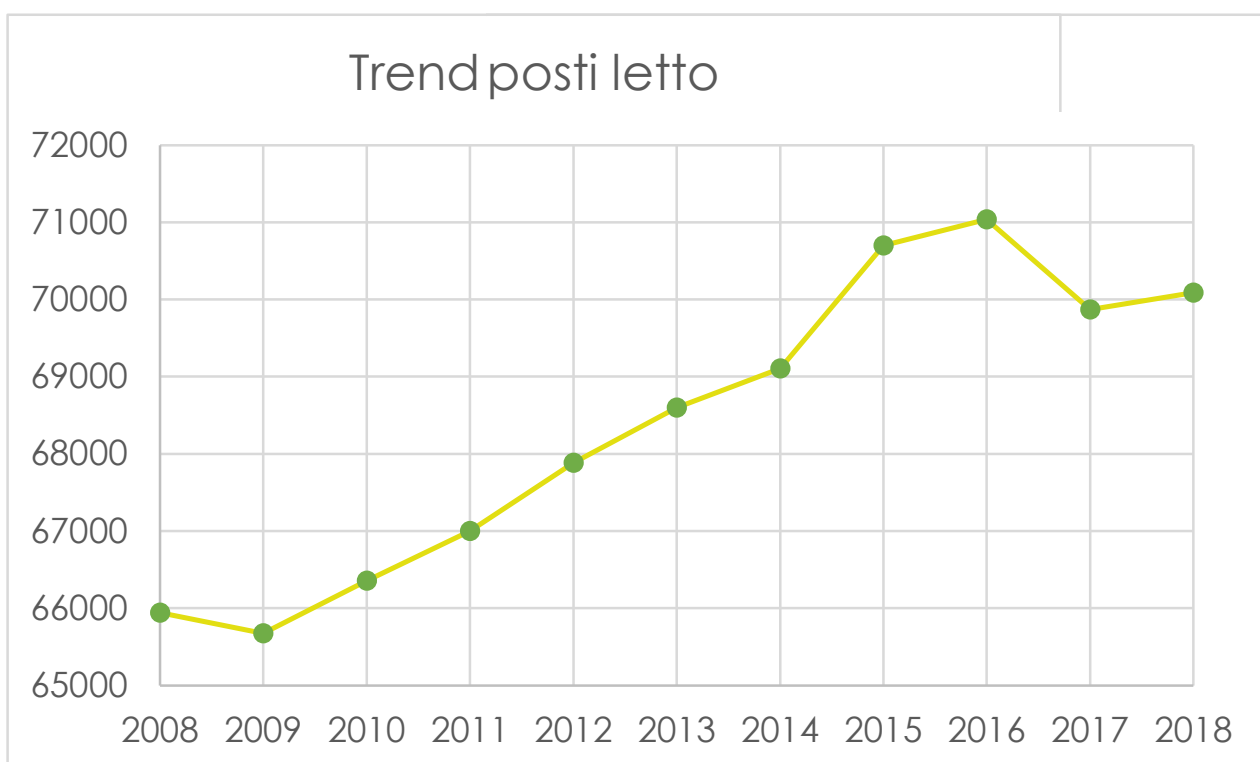
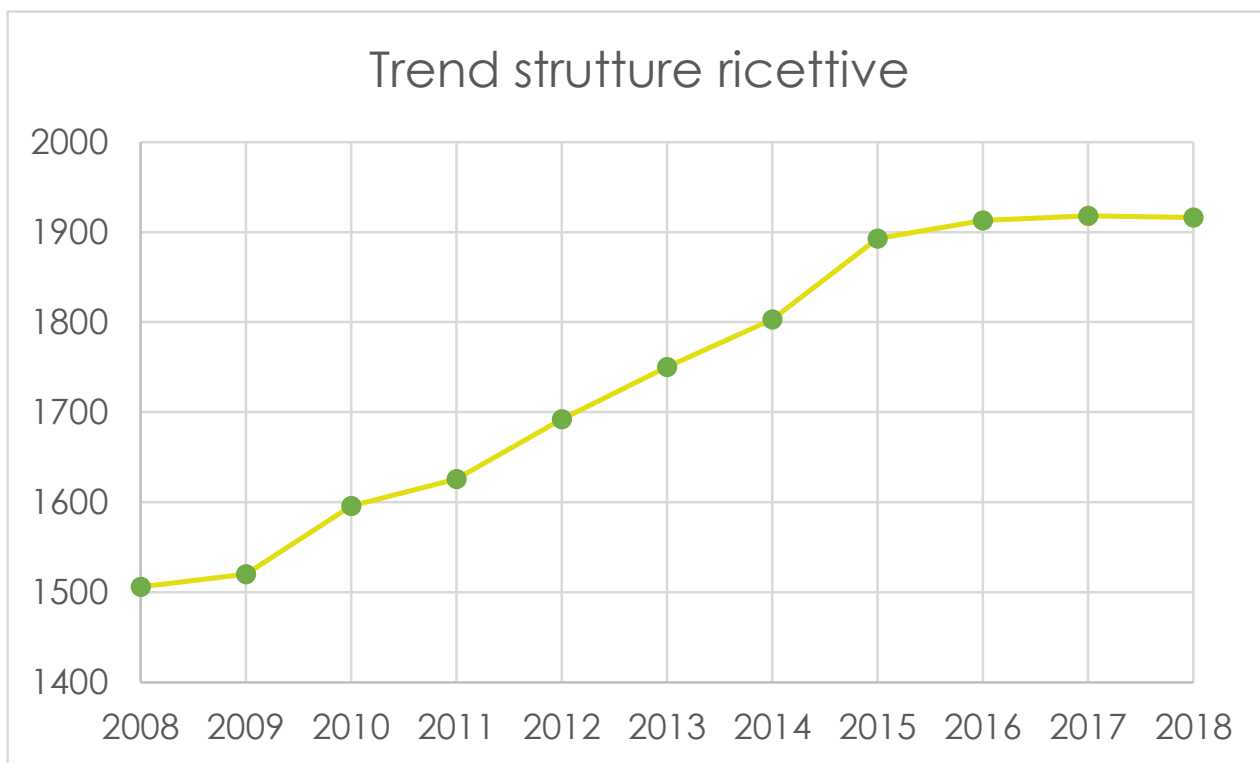


EUROPA +17% var % 2018 vs 2017



2008 - 2018

OFFERTA RICETTIVA



RISULTATI

PRODOTTO/ATTIVITÀ	DATI 2019
Torino+Piemonte Card	47.057 card vendute nelle versioni da 1 giorno (14,2%), 2 giorni (44,1%), 2 giorni Junior (3,6%), 3 giorni (24,7%), 3 giorni Junior (1,8%), 5 giorni (6,1%), 2M riservata al TRADE (5,7%), circa 300 Royal Card e Contemporary Card
City Sightseeing Torino	45.985 passeggeri
Visite "Made in Torino"	1.599 visitatori (27% individuali - 73% gruppi) Numero di visite organizzate: 64 (mediamente 2 a settimana in un anno lavorativo)
Reali Sensi	662 visitatori
Torino Restaurant Week	867 (602 aprile +265 ottobre) menù venduti, per un fatturato complessivo per i ristoranti di circa € 30.000
Merenda Reale®	Oltre 3.500 partecipanti (85% individuali - 15% gruppi) Ricaduta per i caffè storici: 40.000 € (incluse le richieste dirette da operatori, guide turistiche, gruppi)
Visite guidate	690 partecipanti alla visita guidata "La tua prima volta a Torino" (by "Somewhere Tours & Events") 103 partecipanti alle visite guidate tematiche Torino Golosa, Torino Natale Magico, Ivrea La Bella) 343 gruppi prenotati Ricaduta economica per le guide turistiche: € 76.208
Royal E-bike tour	71 partecipanti
Prenotazione camere	54 camere prenotate con il sistema regionale Booking Piemonte
Prenotazione/vendite prodotti su CityBreak®	1.512 prenotazioni/vendite effettuate
Servizio "welcome"	171.000 copie di materiale distribuito
Logistica	Circa 950.000 di copie di materiali movimentati
Sistema Informativo	Oltre 3.000 eventi inseriti nel CRM aziendale 5.000 risorse turistiche costantemente aggiornate

TURISMO TORINO E PROVINCIA

PRODOTTO/ATTIVITÀ	DATI 2019
Uffici del Turismo	Oltre 266.000 contatti e passaggi Oltre 735.000 informazioni evase Italia 63% Estero 37% maggioranza da: Francia, Spagna e Gran Bretagna
Contact Centre	17.986 telefonate 13.077 (+80% rispetto al 2018) dedicate al turista, alle scuole, al trade e alle strutture ricettive 3.963 e-mail evase
Merchandising ObjectO	939 pezzi venduti
Promozione Trade	60 fiere, workshop, presentazioni, educational Italia ed estero, press-trip, eventi dedicati al pubblico finale TOTALE CONTATTI: 776 trade/CRAL 224 pubblico finale ATTIVITÀ IN UFFICIO: 1559 e-mail "push" inviate al trade italiano 320 telefonate "push" al trade italiano 1108 e-mail "push" inviate al trade estero 571 telefonate "push" al trade estero 1155 e-mail di risposta a richieste di informazioni del trade Italia 244 e-mail di risposta a richieste di informazioni del trade estero 20.732 contatti in database
Congressuale	23 eventi acquisiti (congressi associativi+corporate) per un totale di: 12.440 totale partecipanti - 36.590 pernottamenti con una ricaduta economica pari a: € 12.246.500 circa 21 candidature nazionali ed internazionali in corso 13 inspection visit effettuate 9 fiere e workshop nazionali ed internazionali 21 servizi desk info in sede congressuale 4.800 contatti in database Profilo Facebook: 180 post pubblicati - 1.515 like
Pubblicazione materiali	500.800 copie di prodotti editoriali/web realizzati internamente
Ufficio Stampa	40 comunicati stampa 10 conferenze stampa 65 giornalisti/blogger ospitati Profili Facebook (nazionale e internazionale) 6.005 amici Profilo Twitter (nazionale e internazionale) oltre 7.994 follower Profilo Instagram (nazionale e internazionale) oltre 2.448 seguaci

PRODOTTO/ATTIVITÀ

DATI 2019

TURISMOTORINO.ORG

497.016 utenti +35,46% rispetto al 2018
662.155 sessioni +30,31% rispetto al 2018
2.364.729 visualizzazioni di pagina +13,69% rispetto al 2018

Profilo Facebook: **40.400** fan **+3%** rispetto al 2018
655 post pubblicati nel corso del 2019
394.317 impression medie mensili
10.918 copertura media giornaliera

Profilo Twitter: **18.736** follower **+4,1%** rispetto al 2018
369 tweet nel 2018
681.600 visualizzazioni di Tweet **+ 8,5%** rispetto al 2018

Profilo Instagram: **20.558** follower **+37%** rispetto al 2018
Oltre **300** foto tra post e re-post
Oltre **5.500** follower in un anno

Web

Profilo LinkedIn: **4.166** follower **+41%** rispetto al 2018

E-NEWSLETTER

Realizzazione e-newsletter rivolta a:

- Cliente finale: **81.982** contatti
- Scolastico: **2.354** contatti
- Convention: **2.500** contatti
- Trade: **2.123** contatti

RESIDENZEREALI.IT

62.937 sessioni
52.618 utenti
129.827 visualizzazioni pagina

INPIEMONTEINTORINO.IT

199.443 sessioni
164.003 utenti
509.197 visualizzazioni pagina

Raccolta anagrafiche nell'ambito di eventi

3.620 anagrafiche raccolte durante i principali eventi del territorio

Interviste qualitative

3.850 interviste per delineare l'identikit del turista (post soggiorno, momenti di alta stagione, eventi, congressi)

EVENTI

LEONARDO A TORINO

Ricordare la genialità di Leonardo da Vinci, a 500 anni dalla scomparsa - esaltandone lo straordinario talento creativo, quello di un uomo che ha dedicato l'intera vita all'arte, all'innovazione e alla scienza - è stato l'intento dell'Amministrazione comunale di Torino con la quale Turismo Torino e Provincia ha partecipato attivamente con innumerevoli azioni di comunicazione e promozione descritte nel presente documento seguendo un ordine temporale.

Si è iniziato nel mese di **novembre** con la messa on line, in **home page** su www.turismotorino.org, della grande mostra "Leonardo da Vinci. Disegnare il futuro" tradotta in inglese e francese presente anche in home page su www.inpiemonteintorino.it e www.visitpiemonte.com. La mostra è stata inoltre comunicata attraverso una **newsletter mensile** inviata a fine novembre all'utente finale e alle strutture ricettive in italiano, inglese e francese oltre che **promossa sui canali social** di Turismo Torino e Provincia e su quelli dell'ufficio stampa.

Nel mese di **dicembre** si è proceduto con la realizzazione del **sito** www.leonardoatorino.it sulla base dei channel di www.turismotorino.org e con l'acquisto dei domini:

- www.leonardoatorino.it
- www.leonardoatorino.com
- www.leonardoatorino.eu

Da fine **gennaio**, è iniziata la **raccolta degli eventi**, la loro traduzione in inglese e francese e il caricamento sul database di Turismo Torino e Provincia al fine della messa on line del **channel leonardoatorino.it** - accompagnato da una **campagna di posizionamento SEO-SEM** - e per la diffusione su www.inpiemonteintorino.it e www.visitpiemonte.com. Il sito è stato comunicato sui **canali social di Turismo Torino e Provincia** e su quelli dell'**ufficio stampa** e attraverso l'invio della **newsletter** ai turisti, operatori e strutture ricettive del nostro database in italiano, inglese e francese oltre che ai tour operator italiani ed internazionali.

Dopo aver impostato la parte web, **marzo e aprile** sono stati dedicati alla **promozione della mostra e della destinazione Torino**. I tour operator incoming, iscritti al registro dell'ATL,



LEONARDO
DISEGNARE IL FUTURO
DA VINCI 1519 2019
APRILE • DICEMBRE | TORINO • PIEMONTE

MOSTRE, CONFERENZE,
INCONTRI E LABORATORI DEDICATI
AL GENIO DI LEONARDO
[#disegnareilfuturo](https://twitter.com/disegnareilfuturo) [#leonardoatorino](https://twitter.com/leonardoatorino)
leonardoatorino.it • visitpiemonte.com

sono stati invitati a creare dei pacchetti turistici pubblicati su www.leonardoatorino.it mentre veniva realizzata un'iniziativa di **animazione con le ferrovie francesi, a bordo treno**, durante un viaggio di andata Italia-Francia (Milano-Torino-Lyon-Paris) e un viaggio Francia-Italia (Paris-Lyon-Torino-Milano). Durante l'animazione è stato allestito un **corner promo-informativo** con vari materiali a disposizione del pubblico - tra cui un **leaflet turistico** da distribuire anche in occasione di eventi e presentazioni - e si è svolta un'**attività social** (storie di Instagram e post su Facebook, Tweet e LinkedIn) sia attraverso i canali di Turismo Torino e Provincia che quelli di OUI SNCF. La mostra è stata inoltre presentata a Lione durante una presentazione organizzata da Visit Piemonte.

Parallelamente l'ATL ha supportato l'organizzazione della **conferenza stampa di Milano** (Palazzo Reale, 18 marzo) e gestito attivamente, in collaborazione con l'Assessorato alla Cultura e al Turismo della Città di Torino, la **conferenza stampa a Bologna** (Palazzo D'Accursio, 20 marzo) e a **Bari** (Museo Archeologico di Santa Scolastica, 4 aprile) alla presenza di testate locali al fine della stesura di articoli che invitassero a venire a Torino.

Dal 14 al 16 maggio è stato invece organizzato un **press tour da Parigi con 4 testate/blog francesi** in collaborazione con OUI SNCF in occasione della mostra ospitata ai Musei Reali.

Sul fronte dell'accoglienza, è stata ideata una **speciale edizione della Torino+Piemonte Card brandizzata "Leonardo"** e diventata, per l'occasione, un magnete da portare a casa mentre in collaborazione con la Città di Torino, è stata realizzata una **linea di merchandising ad hoc** con i fornitori di Objecto e messa in vendita presso gli Uffici del Turismo dell'ATL i quali distribuivano, inoltre, il **calendario degli eventi a tema Leonardo** realizzato dal Comitato. Il calendario è stato inserito anche nel **servizio welcome** degli hotel.



SALONE DEL LIBRO 9-13 MAGGIO

La Terrazza Torino, con uno speciale allestimento curato da Galliano Habitat, ha ospitato il punto informativo e di promozione territoriale. L'animazione dello spazio è stata fatta da Electoradio e Electomag che hanno intervistato i tanti ospiti: scrittori, associazioni territoriali, promotori culturali. Con un ospite d'eccezione: Carmencita!

Ricerca sponsor per l'animazione della "Terrazza Torino":

- Galliano Habitat
- Acqua Lauretana



ATTIVITÀ REALIZZATE

- Accolto nella "Terrazza Torino" incontri e presentazioni del territorio
- Spazio dedicato ai nostri operatori incoming
- Interviste web radio ai nostri partner, operatori incoming e progetti del territorio
- live twitting durante l'evento
- visibilità sul sito turismotorino.org
- visibilità sul sito inpiemonteintorino.it
- news sui canali social @turismotorino/ facebook/twitter/instagram/youtube
- promozione dell'evento nella newsletter mensili inviate agli utenti finali in tre lingue italiano inglese e francese
- inserimento dell'evento nella newsletter mensili inviate alle strutture ricettive in tre lingue italiano, inglese e francese
- distribuzione del materiale dell'evento nei nostri punti informativi
- Promozione sui canali social attraverso account istituzionali e dedicati
- Redazione e diffusione comunicato stampa

SALONE DELL'AUTO DI TORINO 19-23 GIUGNO

In occasione del Salone dell'Auto di Torino, Turismo Torino e Provincia ha installato un punto informativo temporaneo, condiviso con gli operatori incoming iscritti al registro.

EUROPEAN MASTER GAMES 26 LUGLIO - 4 AGOSTO

Turismo Torino ha presidiato l'evento con un desk di accoglienza e creando sinergie con gli organizzatori e le Associazioni Guide per visite guidate ad hoc e per promozione dell'evento.



Foto: Tonello Abozzi

ARTISSIMA 1-3 NOVEMBRE

- Presenza dell'ATL attraverso attività di accoglienza presso lo stand condiviso con l'organizzazione di Artissima
- Attività di promozione sui canali social attraverso account istituzionali e presenza costante durante la fiera
- Visibilità su www.turismotorino.org, www.inpiemonteintorino.it



STORICO CARNEVALE DI IVREA

Turismo Torino e Provincia ha presidiato l'evento all'interno del Punto informativo in Piazza Freguglia (3-4-5 marzo) e organizzato le visite guidate tematica "Ivrea la Bella" grazie all'operatore "Somewhere Tours & Events."

GIRO D'ITALIA

In occasione della tappa è stato presidiato il Punto informativo in Piazza Freguglia.

RASSEGNA DELL'ARTIGIANATO DEL PINEROLESE

Apertura prolungata Ufficio del Turismo e attività in sinergia con il Comune di Pinerolo per promozione dell'evento.

TUTTO MELE- CAVOUR

Turismo Torino e Provincia ha presidiato un desk accoglienza di promozione della destinazione Prapelato e realizzato sinergie con il Comune per l'allestimento grafico del desk e per materiale di accoglienza finalizzato all'evento Alpen Cup.



ATTIVITÀ REALIZZATE

- Promozione sui canali social attraverso creazione di una sezione dedicata nel sito www.turismotorino.org
- Realizzazione di pacchetti turistici da parte degli operatori incoming nostri partner
- Redazione e diffusione comunicato stampa
- Distribuzione di materiali dedicati all'evento in occasione di fiere e saloni di grande impatto sul territorio nazionale ed internazionale ai quali ha partecipato l'ATL

PRESIDIO EVENTI 2019

L'Area Accoglienza ha collaborato con il Comune di Torino e con Enti del territorio nel presidio eventi per fornire un servizio capillare a visitatori e turisti. Tra le manifestazioni di spicco: il Salone Internazionale del Libro, Salone dell'Auto, Carnevale di Ivrea, European Master Games. Il presidio degli eventi è stato possibile grazie al personale di Turismo Torino e Provincia ed ai Volontari Torino&You.

DATA	EVENTO	LUOGO
2-5 marzo	Carnevale	Ivrea
9-13 maggio	Salone Internazionale del Libro	Torino
23-24 maggio	Giro d'Italia	Pinerolo
26 maggio	Giro d'Italia	Ivrea
18-23 giugno	Parco del Valentino e Salone dell'Auto	Torino
12-13 luglio	Sagra della Toma	Usseglio
26 luglio - 3 agosto	European Master Games	Torino
6-8 settembre	Rassegna Artigianato Pinerolo	Pinerolo
7-8 settembre	Accoglienza partecipanti percorsi green Valli di Lanzo	Torino
1-3 novembre	Artissima	Torino



PRODOTTI TURISTICI

CARD TURISTICHE

Tessere turistiche prepagate valide in tutta la regione realizzate, gestite e commercializzate da Turismo Torino e Provincia.

Le declinazioni in commercio sono 3: Torino+Piemonte Card (con le differenti durate), Royal Card (dedicata al circuito delle Residenze Reali), Contemporary Card (dedicata al circuito dell'arte contemporanea). A queste si affianca la 2M ovvero la versione speciale dedicata al trade (agenzie e operatori di viaggio).

Contenuto del prodotto

- Ingresso gratuito nei più importanti musei e mostre di Torino, nei castelli, fortezze e nelle Residenze Reali di Torino e del Piemonte
- Biglietto ridotto sui principali servizi turistici di Torino: bus turistico City Sightseeing Torino, ascensore della Mole Antonelliana, cremagliera Sassi - Superga, navetta "Venaria Express"
- Agevolazioni su noleggi auto, attrezzature sportive, attività outdoor, spettacoli musicali e teatrali
- Possibilità di abbinamento a tariffa promozionale con biglietti plurigiornalieri GTT

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Stesura del budget
- Definizione della politica tariffaria
- Rinnovo e ampliamento convenzioni annuali con gli operatori
- Gestione contatti con operatori privati
- Definizione accordi di co-marketing in occasione di eventi culturali e sportivi
- Stipula convenzioni per scontistica
- Monitoraggio e resoconto mensile delle vendite di tutto il circuito regionale
- Profilazione dell'utente tramite inserimento e monitoraggio mensile dei dati relativi agli ingressi nei musei regionali e dei dati degli acquirenti
- Gestione circuiti vendita regionali: museale e alberghiero
- Gestione contatti con istituzioni ed enti locali o regionali
- Resoconto mensile degli ingressi finalizzato al rimborso ai musei
- Predisposizione semestrale della relazione per il Coordinamento Musei



ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Torino+Piemonte Card: aggiornamento contenuti ed impaginazione pieghevole promozionale (N° 3.000 copie), libretto agevolazioni (N° 10.000 copie), modulo raccolta dati, pagine pubblicitarie, banner e DEM
- Torino+Piemonte Contemporary Card: aggiornamento contenuti ed impaginazione pieghevole promozionale, N° 2.000 copie
- Aggiornamento www.turismotorino.org/card e posizionamento sui motori di ricerca

ATTIVITÀ DI PROMOZIONE

- Co-marketing con Ali San Paolo, Gru Village, Assocral, Isic, UniCredit, Clubtoclub, Salone del Libro
- Congressi: tariffe scontate ai partecipanti di meeting e convegni internazionali

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Associazione abbonamentomusei.it
- Circuito museale regionale
- GTT - Gruppo Torinese Trasporti
- Circuito vendita regionale
- Enti e associazioni che offrono sconti ai propri consociati
- European Cities Marketing (ECM)

RISULTATI

44.087 card vendute nelle versioni da 1 giorno (12,8%), 2 giorni (48,6%), 2 giorni Junior (3,8%), 3 giorni (26,3%), 3 giorni Junior (1,9%), 5 giorni (6,5%)

Tessere dedicate a target specifici

- Royal Card e Contemporary Card (285)
- 2M riservata al TRADE (2.685)

• **Fatturato complessivo:** € 1.605.164,08

MADE IN TORINO - TOUR THE EXCELLENT

Visite alle imprese del territorio torinese, che sono punti di eccellenza nel loro ambito, dedicate a turisti individuali e gruppi precostituiti. Per gli individuali, le visite sono calendarizzate il venerdì (mattina, pomeriggio o sera), il sabato (mattina) o il lunedì (mattina); per i gruppi precostituiti sono organizzate su richiesta e in base alla disponibilità delle aziende.

Servizio proposto in tre lingue: italiano/inglese/francese.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Stesura del budget e del progetto annuale
- Rinnovo delle adesioni e ricerca di nuove aziende
- Stesura calendario delle visite
- Definizione della politica tariffaria
- Gestione fornitori
- Monitoraggio e resoconto mensile dei partecipanti
- Caricamento dell'offerta sul CRM funzionale alla realizzazione della pagina web dedicata su www.turismotorino.org
- Gestione dei rapporti con le aziende
- Gestione servizio "gruppi precostituiti" con particolare attenzione alle scolaresche e all'incentivazione delle visite nell'ambito dell'Alternanza Scuola Lavoro
- Gestione contatti con istituzioni, Università degli Studi, enti locali, regionali e internazionali

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Aggiornamento contenuti ed impaginazione calendario promozionale ITA/ING/FRA
- Aggiornamento modulistica
- Aggiornamento ed impaginazione di una guida dedicata ai Gruppi in italiano ed inglese
- Visibilità su www.turismotorino.org, attività di promozione sui canali social attraverso account istituzionali e dedicati

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Camera di commercio di Torino
- Aziende aderenti al progetto
- Regione Piemonte
- Somewhere Tour operator
- Co-marketing con Pyrgos Travel, uno dei maggiori operatori del turismo scolastico del sud Italia

RISULTATI

1.599 visitatori (di cui 436 tramite visite dedicate agli individuali e 1.163 tramite servizio gruppi).
Fatturato per Turismo Torino e Provincia oltre:
€ 2.500

REALI SENSI

Visite alle Residenze Reali secondo il tema conduttore dei cinque sensi; per ogni semestre è stato chiesto alle Residenze di indicare alcune disponibilità per l'effettuazione di tali visite. Oltre al calendario di tour per individuali, sono state fornite delle date ad esclusivo utilizzo degli operatori turistici locali soci di Turismo Torino e Provincia, al fine di consentire loro la creazione di pacchetti turistici dedicati.

Novità 2019: le visite Reali Sensi sono state tematizzate in accordo con l'anno dedicato alle celebrazioni del cinquecentenario dalla morte di Leonardo da Vinci.

Visite proposte in tre lingue: italiano/inglese/francese

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Stesura del progetto annuale e del budget
- Stesura calendario delle visite
- Monitoraggio e resoconto mensile dei partecipanti
- Caricamento delle visite sulla piattaforma dello shop online
- Gestione contatti con istituzioni ed enti locali o regionali
- Gestione servizio "gruppi precostituiti" dedicato ai gruppi organizzati da operatori
- Caricamento dell'offerta sul CRM funzionale alla realizzazione della pagina su www.turismotorino.org e www.residenzereali.it

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Realizzazione della brochure informativa e promozionale in tre lingue (N° 10.000 copie ITA/ING/FRA)
- Visibilità su www.turismotorino.org, attività di promozione sui canali social attraverso account istituzionali e dedicati
- Implementazione e aggiornamento sito dedicato www.residenzereali.it

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Regione Piemonte
- Residenze Reali aderenti
- Compagnia di San Paolo



RISULTATI

662 visitatori

ROYAL E-BIKE TOUR

Speciale iniziativa di visita del centro storico di Torino, percorrendo piste ciclabili e aree chiuse al traffico, con bici a pedalata assistita e con accompagnatore cicloturistico.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Predisposizione testi per sito internet, newsletter, sistema di prenotazione City Break®
- Monitoraggio e resoconto
- Gestione rapporti con il fornitore

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Visibilità su www.turismotorino.org, e sito di prodotto Residenze Reali
- Attività di promozione sui canali social



RISULTATI

114 partecipanti

CASTELLI E DIMORE STORICHE

Il progetto è nato nel 2013 dalla volontà di Turismo Torino e Provincia di promuovere in modo omogeneo e strutturato il patrimonio storico e architettonico di Castelli e Dimore Storiche presenti nel territorio della Città Metropolitana di Torino.

Il circuito di 22 Castelli e le Dimore storiche aderenti ha garantito l'apertura per l'ultima domenica del mese da aprile a ottobre.

Novità 2019: grazie alla collaborazione con la Città Metropolitana, alcuni dei siti appartenenti al circuito sono stati protagonisti di visite guidate speciali: 14 appuntamenti che hanno abbinato la scoperta dei vini del territorio all'animazione teatrale, grazie a cui le dimore coinvolte sono state visitate in maniera originale e divertente.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Stesura del progetto annuale e del budget
- Gestione circuito aderenti: rinnovi e nuove adesioni, definizione scontistica per possessori di Card e supporto continuo agli aderenti
- Monitoraggio e resoconto mensile dei partecipanti
- Caricamento dell'offerta sulla piattaforma del CRM funzionale alla realizzazione della pagina su www.turismotorino.org

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Creatività ed immagine coordinata del progetto. (N° 7.000 pieghevoli)
- Impaginazione materiale promozionale e di accoglienza per gli Uffici del Turismo e i siti aderenti

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Castelli e Dimore aderenti
- Città Metropolitana di Torino
- Enoteca Regionale dei Vini della Provincia di Torino



RISULTATI

Oltre **9.000** partecipanti

ENOGASTRONOMIA

Mantenimento e aggiornamento del form creato nel 2015 che permette ai singoli operatori di inserire il proprio esercizio e le sue caratteristiche allo scopo di incrementare le informazioni sul il database di Turismo Torino e Provincia e permettere all'utente finale una ricerca più dettagliata e mirata.

Consolidamento del prodotto "La Cucina Tipica Piemontese in..." declinato nelle versioni primaverile, estiva, autunnale e invernale.

Novità 2019: conferma della **Torino Restaurant Week**. Nell'ambito del più ampio progetto sostenuto dalla Camera di commercio relativo all'individuazione del brand "Torino Capitale del Gusto" è stata confermata la Torino Restaurant Week, ovvero una settimana interamente dedicata alla ristorazione tipica torinese. L'iniziativa è stata realizzata nei mesi di aprile e ottobre 2019 con l'adesione di circa 50 ristoranti, che si sono impegnati a proporre tutti il medesimo format di menù tipico a cui gli aderenti erano tenuti ad abbinare un vino Torino DOC scelto di concerto tra i produttori e le Associazioni di Categoria. Il menu è stato fissato per tutti i ristoratori alla medesima cifra per ogni edizione.

ATTIVITÀ REALIZZATE

Condivisione progetto con Camera di commercio, Città di Torino e Associazioni di Categoria

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Creatività ed impaginazione "La Cucina Tipica Piemontese in": 1 edizione per ogni stagione (N° 20.000 copie totali)
- Creatività ed impaginazione Torino Restaurant Week per 5.000 flyer promozional N° 15.000 cartoline per edicole, 40 poster per la promozione nel circuito delle edicole torinesi, N° 200 pins per i ristoratori
- Visibilità su www.turismotorino.org e sito di prodotto, posizionamento della sezione enogastronomia sui motori di ricerca
- Inserimento del prodotto in occasione dei viaggi stampa e blog tour dall'Italia e dall'estero
- Attività di promozione sui canali social attraverso account istituzionali e dedicati

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Città di Torino
- Camera di commercio di Torino
- TorinoDOC
- Ascom Torino e provincia
- Confesercenti Torino e provincia
- Ristoranti aderenti



RISULTATI

867 menù venduti Torino Restaurant Week

TORINO CAPITALE DEL GUSTO

Secondo anno del progetto di valorizzazione dell'enogastronomia di Torino e provincia, nato con l'intento di promuovere, a livello nazionale ed internazionale quest'area, come punto di riferimento del "buon mangiare". L'obiettivo è quindi rendere questa ricchezza accessibile al grande pubblico sia di residenti che di turisti, contribuendo così a posizionare quest'area come territorio di eccellenza della gastronomia.

ATTIVITÀ REALIZZATE

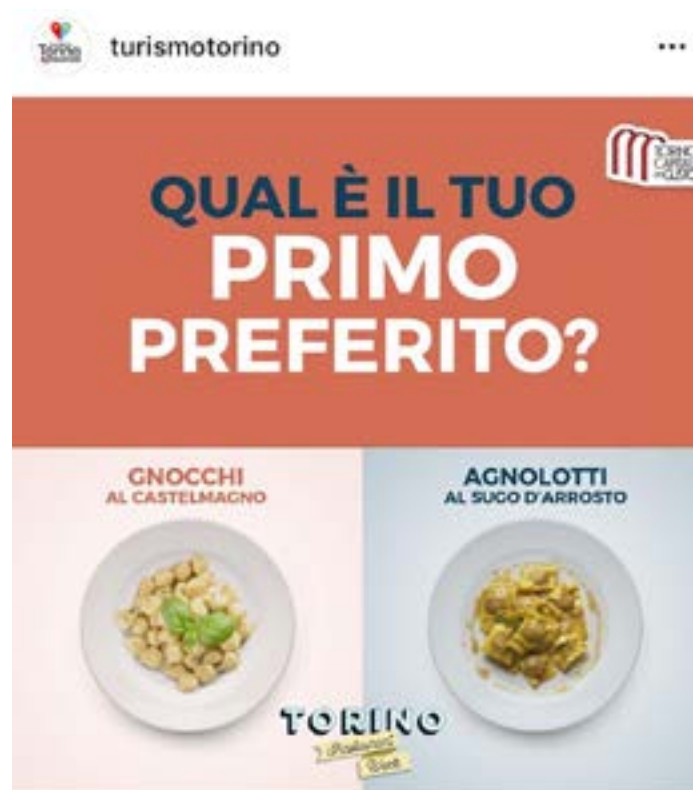
Campagna di comunicazione web & social attraverso attività organiche sui profili di Turismo Torino e Provincia e attività sponsorizzate sui social network e su circuiti promozionali online

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Piano editoriale organico dedicato al gusto attraverso la realizzazione di post settimanali dedicati a prodotti tipici, piatti, produttori ed eventi (marzo - novembre)
- Sponsorizzazione web e social del video "Capitale del Gusto" (due tranches maggio e luglio)
- Conferenza stampa per Torino Restaurant week
- Advertising online per le due edizioni di Torino Restaurant Week (promozione video ed evento su circuito giornali online, social network, portali generalisti e di settore)
- Attività organica sui social network dell'ente e dei partner

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Camera di commercio di Torino
- Città di Torino



DÉLICE NETWORK

Rete internazionale di città che hanno il comune obiettivo di promuovere i benefici dell'eccellenza culinaria e del mangiar bene. Fondata nel 2007, raggruppa città con un patrimonio culinario ed un'esperienza tali da risultare esser le migliori destinazioni gastronomiche.

ATTIVITÀ REALIZZATE

Partecipazione all'incontro di Stavanger, in cui è emerso, grazie alla presenza di esperti, come l'enogastronomia sia uno dei settori in cui oggi le "smart cities" investono maggiormente, essendo il cibo uno dei principali mezzi di inclusione sociale e di sviluppo sostenibile e turistico.



MERENDA REALE ®

La Merenda Reale® può essere richiesta in qualunque week-end dell'anno nei locali aderenti suddivisi in base all'offerta: Merenda Reale del '700 (con cioccolata calda) o dell' '800 (con Bicerin). Esiste anche la versione estiva, realizzata per permettere ai turisti di fruire di questa esperienza durante tutto l'anno.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Gestione circuito aderenti: rinnovi e nuove adesioni, definizione tariffe
- Formazione e supporto continuo agli aderenti; redazione di un materiale di formazione e un regolamento del circuito
- Collaborazione con il settore Promozione per gestione contatti
- Gestione contatti con operatori
- Caricamento dell'offerta sul CRM funzionale alla realizzazione della pagina su www.turismotorino.org e www.residenzereali.it

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Creatività ed immagine coordinata del progetto
- Impaginazione materiale promozionale e di accoglienza per gli Uffici del Turismo e i locali aderenti (N° 22.500 copie)
- Visibilità su www.turismotorino.org
- Attività di promozione sui canali social attraverso account istituzionali e dedicati

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Locali e caffè storici
- Residenze Reali



RISULTATI

Oltre 3.500 partecipanti (85% individuali - 15% gruppi) Ricaduta per i caffè storici: 40.000 € (incluse le richieste dirette da operatori, guide turistiche, gruppi)

CITY SIGHTSEEING TORINO

- Gestione totale della società City Sightseeing Torino s.r.l., partecipata da City Sightseeing Italy s.r.l. e Turismo Torino e Provincia.
- Gestione del servizio di linea: 3 linee di tour della città con bus dedicato e con commentario in otto lingue fruibile tutti i giorni dell'anno.
- Possibilità di noleggio e tour in esclusiva da parte di privati e gruppi precostituiti.
- Tour tematici (Luci d'Artista, Juventus City Tour, Torino City of Design).

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Gestione amministrativa e finanziaria della società, gestione del personale (autisti e staff di bordo), della sicurezza e sorveglianza sanitaria, affari legali
- Valutazione, progettazione, pianificazione, realizzazione e controllo del progetto City Sightseeing Torino
- Controllo dei costi, dei tempi, della qualità, della politica tariffaria e delle attività commerciali in accordo con le azioni svolte dalla casa madre su tutto il territorio nazionale
- Gestione operativa del servizio e del personale, rapporti con i partner tecnici e i fornitori (referente con reperibilità 7/7)
- Realizzazione e aggiornamento commentario e materiali promozionali, sito web, profili Facebook

PARTNER E COLLABORAZIONI

- City Sightseeing Italy s.r.l.
- Città di Torino
- Juventus Football Club s.p.a.
- Museo Egizio, Museo Nazionale del Cinema, Museo Nazionale dell'Automobile, Reggia di Venaria, Museo Lavazza
- M**Bun
- Circuito vendita



Novità 2019: in collaborazione con GTT sperimentazione Linea D nei mesi di agosto e settembre con fermata Tranvia Sassi Superga; tariffa con biglietto tranvia incluso

RISULTATI

45.985 passeggeri

PROGETTO OUTDOOR

Sezione outdoor del sito www.turismotorino.org

Il progetto Outdoor nasce con l'obiettivo di valorizzare uno dei prodotti più aderenti alle attuali tendenze turistiche: è esperienziale per definizione, sostenibile nella grande maggioranza delle sue declinazioni, si nutre di innovazione tecnica e tecnologica e trae innumerevoli vantaggi dall'economia della condivisione che si tratti di alloggio, di attrezzatura, di mezzi di trasporto così come dell'esperienza e della compagnia.

ATTIVITÀ REALIZZATE

Implementazione del sito internet di Turismo Torino e Provincia con le informazioni relative a percorsi escursionistici, percorsi cicloturistici e altre attività outdoor:

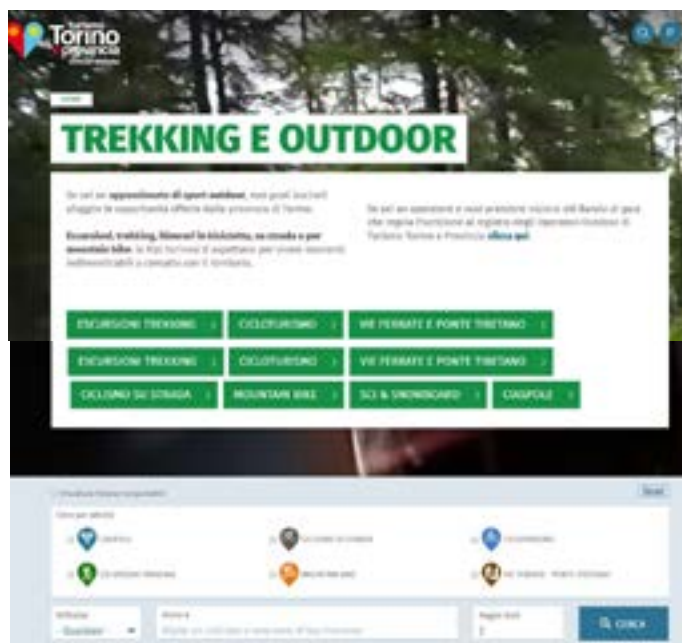
- importazione dei flussi realizzati dal CSI sulla mappatura dall'Assessorato alla Montagna della Regione Piemonte
- realizzazione di layout in linea con il progetto web www.turismotorino.org
- visualizzazione dei contenuti su mappa in maniera dinamica e interattiva
- predisposizione di form di registrazione operatori e area riservata
- realizzazione di form per il caricamento attività

pubblicazione di contenuti sul sito

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Attività di comunicazione e posizionamento della tematica outdoor sui motori di ricerca e sui social network

- analisi completa sulla tematica outdoor, in generale e declinata sulla nostra destinazione, per comprendere le ricerche degli utenti e sviluppare la tematica in maniera adeguata
- interventi tecnici e tecnologici sulla struttura del nuovo canale in ottica SEO
- realizzazione di nuovi contenuti editoriali
- campagna di comunicazione su facebook e instagram



PARTNER E COLLABORAZIONI

- Camera di Commercio di Torino

ALTA VAL SUSA E CHISONE

- Offerta turistica invernale dei resort e dei comprensori sciistici dell'Alta Val Susa e Chisone aderenti al Club di Prodotto delle Grandi Stazioni Internazionali (Comuni di Bardonecchia, Cesana Torinese, Claviere, Pragelato, Sauze d'Oulx, Sestriere; Colomion Spa, Sestrieres Spa).
- Coordinamento e gestione delle attività di marketing, promozione e comunicazione dell'offerta turistica verso i clienti individuali e trade.
- Collaborazione con i Consorzi Turistici Locali (Turismo Bardonecchia/Bardonecchia Incoming, Fortur Sauze d'Oulx, Turistico Via Lattea) per l'elaborazione e promozione di proposte turistiche comprensoriali.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Coordinamento del Club di Prodotto
- Definizione della strategia e dei mercati di riferimento
- Gestione contatti con i Consorzi Turistici Locali e con operatori privati
- Pianificazione, organizzazione e gestione delle attività previste nel piano di marketing del Club di Prodotto
- Promozione, in collaborazione con i Consorzi Turistici Locali, di offerte di soggiorno attraverso www.turismotorino.org e/o tramite i Consorzi stessi PR,
- Ricerca e gestione contatti con agenzie viaggi/Tour Operator
- Gestione progetti di co-marketing con Tour Operator e partner commerciali
- Partecipazione a fiere e workshop
- Organizzazione eventi

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- Aggiornamento grafico, contenutistico e stampa pieghevoli promozionali relativi ai prodotti: SKI, CIASPOLE, OFFROAD, ROAD BIKE
- Visibilità dei contenuti su www.turismotorino.org, Instagram e Facebook
- Campagna pubblicitaria on line sul portale di Cicloturismo e pubbliredazionale sulla rivista cartacea
- Realizzazione di una puntata di "Le salite di Bike Channel" (16 repliche) dedicata a Colle della Scala e Cotelivier
- Organizzazione press trip con le principali testate italiane del segmento OFFROAD (giugno 2019)
- Campagna pubblicitaria di promozione del collegamento ferroviario Frecciarossa Napoli-Oulx/Bardonecchia con spot su tutti i monitor dei treni italiani dal 18 al 31 dicembre 2019



ATTIVITÀ DI PROMOZIONE

- Partecipazione a fiere con stand dedicati all'Alta Val Susa e Chisone: RESELIVMESSEN Oslo, FREE Monaco, FESTIVAL DU VELO Saint Jean de Maurienne, TOUR NATUR Dusseldorf, SKI FESTIVAL Londra, BITESP Venezia
- Partecipazione a workshop: TTG Rimini, BITESP Venezia
- Presenza a fiere presso stand Regione Piemonte: SKI PASS Modena
- Eventi: Vermouth on the Snow durante TTG Rimini
- Educational con Tour Operator: Alea Ski (Spagna), Vacanza In (Norvegia), operatori Svezia e Norvegia con ENIT, operatori cinesi con China Italy Experience

PROGETTO “PIEMONTE MEETS CHINA”

- Analisi del posizionamento attuale della destinazione e proiezione futura per obiettivi semestrali
- Creazione del Concept della destinazione che verrà utilizzato per rappresentare il territorio di competenza in tutte le azioni di comunicazione e promozione
- Elaborazione di una strategia di marketing territoriale e commerciale che includa la pubblicizzazione, la promozione e la distribuzione del prodotto turistico territoriale
- Attivazione di una campagna di Social Media Marketing (social media da definire): realizzazione e gestione profilo (inserimento contenuti, interazione clienti...)
- Organizzazione e partecipazione a 2 educational tour in Piemonte (estate e inverno)/anno con operatori turistici e/o media cinesi
- Organizzazione e partecipazione a 2 eventi in Cina: 1 fiera/anno (da definire la tipologia di partecipazione), 1 sales mission-promotional event/anno
- Ideazione, realizzazione e promo-commercializzazione di proposte turistiche in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e con partner locali
- Attività di pubbliche relazioni con giornalisti, agenzie di stampa, agenzie di viaggio e tour operator, Enti e Istituzioni cinesi per influenzare positivamente i rispettivi stakeholder
- Ideazione e realizzazione grafica di materiali promozionali con redazione e/o traduzioni testi
- Monitoraggio semestrale del posizionamento della destinazione e report mensile delle attività svolte
- Acquisto e promozione dei profili sui social media definiti
- Acquisto, allestimento/disallestimento di spazi fieristici
- Biglietti aerei, visti e costi vari relativi all'organizzazione di educational tour sul territorio piemontese
- Stampa di materiali promozionali e di comunicazione

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Regione Piemonte, DMO Piemonte Marketing
- Comuni di Bardonecchia, Cesana Torinese, Claviere, Pragelato, Sauze d'Oulx e Sestriere
- Sestrieres Spa, Colomion Spa
- Consorzi Turistici Locali: Turismo Bardonecchia/Bardonecchia Incoming, Fortur Sauze d'Oulx, Turistico Via Lattea



PERLE ALPINE - CERESOLE REALE

- Partecipazione all'Assemblea Annuale dei Soci Alpine Pearls a Moso in Passiria 12-14 ottobre 2019
- Studio proposta turistica combinata Torino + Perle Alpine del Parco Nazionale Gran Paradiso rivolta al mercato tedesco e del nord Europa
- Pianificazione press trip stampa tedesca giugno 2020

ATTIVITÀ CORPORATE

- **Guida di accoglienza Torino in tasca:** restyling grafico, redazione, aggiornamento ed impaginazione nuovi contenuti
- **Charta Torino:** aggiornamento ed impaginazione nuovi contenuti
- **Ufficio del Turismo di Sestriere e Claviere:** creatività per allestimento esterno
- **Supporto agli Uffici del Turismo** per attività generiche di grafica
- **Comunicazioni istituzionali:** creatività per auguri di Natale, eventi interni, ricorrenze etc
- **Assemblea soci 2019:** realizzazione Report Attività 2018, Piano di Azione 2019, realizzazione video Attività 2018
- **Cartina del Canavese:** realizzazione nuovo materiale promozionale
- **Cartina di Ivrea:** nuova cartina illustrata della città
- **Cartina di Pragelato:** nuova cartina illustrata della città
- **Cartina di Sestriere:** nuova cartina illustrata della città
- **Cartina passeggiate di Cesana Torinese:** aggiornamento ed impaginazione in ITA/ING/FRA
- **Fiat Doblò:** allestimento grafico del mezzo utilizzato dal servizio logistica
- **ViaLattea MountainBike:** creatività ed impaginazione delle bacheche informative sui percorsi e le stazioni di ricarica per le e-bike
- **European Master Games:** realizzazione pagina pubblicitaria e cartolina promozionale proposte operatori
- **Gusto in Quota Estate ed Iverno:** creatività ed impaginazione materiali per le due edizioni
- **Supporto creatività e comunicazione per attività ed eventi dei comuni ed enti soci:** Parco Gran Paradiso, Evento InStallArte di Usseaux
- **Newsletter mensile** per strutture ricettive di Torino e Provincia: aggiornamento ed impaginazione
- **Newsletter strutture** ricettive delle Langhe - Roero inviata dall'ATL di riferimento: aggiornamento ed impaginazione
- **Osservatorio:** aggiornamento ed impaginazione questionari per indagini



TORINO CITTÀ DEL CINEMA 2020

L'ufficio comunicazione ha collaborato attivamente con l'assessorato all turismo e Film Commission nella prima fase del progetto 2019, per la realizzazione della prima fase di comunicazione di Torino città dal cinema 2020. In tal senso ha contribuito allo sviluppo del concorso di idee svolto presso ITS ICT Piemonte coinvolgendo i ragazzi dell'istituto attraverso tre fasi:

- presentazione del progetto generale e brief presso l'istituto
- stesura del capitolato del concorso
- analisi degli elaborati
- individuazione del vincitore



MEDIA PARTNERSHIP RADIO MONTE CARLO

Dal 2 settembre al 15 dicembre 2019 Radio Monte Carlo Turismo Torino e Provincia hanno messo in opera un'importante media partnership che ha garantito una grande diffusione a livello nazionale delle tematiche legate alle Residenze Reali e al territorio.

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Attività on air

Per 15 settimane e un totale di 45 promo, oltre a brevi citazioni e a 20 appuntamenti gioco, per raccontare e regalare ai propri ascoltatori le "Royal experience di Torino e del Piemonte": Royal Card, Visite Reali Sensi, Contemporary Card e Merende reali

Attività digital/social

- 4 articoli sul sito di RMC dedicati alle diverse Royal experience con link a www.residenzereali.it per ulteriori approfondimenti
- Copertura social tramite i canali Facebook (oltre 284.000 fan), Twitter (oltre 87.000 follower) e Instagram (40.000 follower) della Radio.
- Turismo Torino e Provincia ha dato visibilità all'iniziativa attraverso i suoi canali online e off line e ha omaggiato i premi per i vincitori come richiesto dall'accordo.



RADIO UFFICIALE



**RADIO
MONTE
CARLO**

MUSICA DI GRAN CLASSE ³⁷

SVILUPPO TERRITORIALE

L'attività di Sviluppo territoriale nel 2019 è stata portata avanti con la programmazione di incontri con Sindaci e Assessori dei comuni soci e del territorio, con la partecipazione a progetti di altri Enti e Associazioni del territorio e con la partecipazione a tavoli di lavoro. In particolare nel pinerolese sono state sviluppate nuove attività legate all'artigianato che in quel territorio è un aspetto identitario da valorizzare e promuovere mentre in Val Chisone e Susa i temi dominanti sono stati l'outdoor e gli eventi sportivi.

AZIONI REALIZZATE:

- Partecipazione al **progetto di Confartigianato Torino "TRATTI D'IMPRESA"** - itinerari nelle botteghe artigiane aperte - corsi di formazione sull'accoglienza, realizzazione di mappa cartacea e online, calendario di visite nelle botteghe artigiane con bus da Torino
 - **Educational tour per i T.O. incoming a Pinerolo** in occasione della Rassegna dell'Artigianato - T.O. Somewhere e Life in progress (7/9/19)
 - Organizzazione **blogtour a Pinerolo per il Natale** - ospite il blogger ligure Pietro Nikolajevic - pietrolley (8/12/19)
 - Partecipazione all'avvio di un **CONSORZIO DI OPERATORI TURISTICI di Pinerolo e Valli Valdesi**
 - **Convegno Gal Escartons Valli Valdesi** (intervento di Daniela Broglio, 29/10/19)
 - Aggiornamento sezione **sito www.turismotorino.org** per il territorio di Valli di Lanzo, Val Susa e Sangone, Pinerolo e Valli Valdesi e Alta Val Susa e Chisone
 - **Incontro Soci** Turismo Torino e Provincia Pinerolo e Valli Valdesi (26/02/19), Val Susa e Alta Val Susa e Chisone
 - Visita a Pinerolo e territorio del gruppo di policy makers, practitioners, docenti universitari provenienti dal Sud America che hanno frequentato il corso "Turismo sostenibile en areas rurales" organizzato dal CIF/OIL di Torino - il Centro Internazionale di formazione della OIT (5/11/19)
 - **Incontro con Fondazione Valdese** a Torre Pellice per avvio collaborazioni
 - Partecipazione ai tavoli di lavoro sull'**accoglienza Sito Unesco Ivrea Città Industriale xx sec**
 - Organizzazione ospitalità per il Convegno "Sotto il segno di Elea" (Ivrea 5-7/12/19)
 - Progetto **VALLE ALBERGO GRAN PARADISO**
 - Progetto **MONTAGNA PER TUTTI**
 - Collaborazione con Comune di Usseaux per la realizzazione dei materiali di comunicazione di InSTALLArte e per la promozione dell'evento
 - Organizzazione conferenze stampa, realizzazione materiali di comunicazione e promozione dell'evento **Alpen Cup di Pragelato**
 - Supporto per la gestione di accrediti, sala stampa e accoglienza in occasione dell'**AUDI FIS SKI WOLRD CUP di Sestriere**
 - Individuazione percorsi MTB e realizzazione mappa per bacheche dell'UMCOVL
 - Partecipazione alla stesura del **disciplinare di accoglienza bike friendly** "Via Lattea Bike Experience" e coordinamento per uniformare l'iniziativa con UMVS e UMAVS
 - Coordinamento con Parco Alpi Cozie, Consorzio Turistico Via Lattea e UMCOVL per utilizzo del **geodatabase Alpi Cozie Outdoor**
 - Realizzazione **questionario qualitativo e quantitativo** per il monitoraggio degli itinerari oggetto del progetto Alpi Cozie Outdoor del Parco Alpi Cozie e analisi dei dati
 - Tavolo di lavoro con ENGIM, FORMONT e UMVS per avvio **corsi di Accompagnatore Cicloturistico**
 - Partecipazione con stand al Festival du Velo di Saint Jean de Maurienne per conto di UMCOVL e UMVS invitate da Maurienne Tourisme
 - Press trip con riviste specializzate in mototurismo in occasione di HAT Sestriere
 - Press trip a Usseaux e Forte di Fenestrelle con giornalista della Guida Michelin (verde)
 - Collaborazione con i comitati organizzatori di Assietta Legend e GF Sestriere - Colle delle Finestre e Sfida al Campione
 - Gestione adesioni al progetto Strade Chiuse per ROAD BIKE e promozione dell'iniziativa
- Attività finanziate nel Bando Regionale (l.r. 14/2016 art. 21):**
- Impostazione CARTINA TURISTICA "PINEROLO E VALLI VALDESI"
 - Coordinamento beni culturali per le "Giornate del Romanico" organizzate dalla Regione Piemonte (13-14/04/19)
 - Partecipazione al progetto VALLI DI LANZO GREEN di DMO VisitPiemonte (7-8/9/19)
 - Photo Shooting in Alta Val Susa e Chisone dedicato all'E-MTB

VIA FRANCIGENA PIEMONTESE

La Via Francigena è un itinerario di turismo religioso-culturale che favorisce il dialogo tra i territori e stimola il senso di appartenenza delle comunità locali. Le azioni di valorizzazione a cura di Turismo Torino e Provincia hanno preso avvio nel 2010 nell'ambito del Progetto Interregionale con l'obiettivo di far conoscere e rendere maggiormente fruibile il tratto Canavesano della Via Francigena. Successivamente sono stati promossi i tratti della Val Susa, il tratto da Torino a Vercelli ed il tratto della Via Francigena verso il mare.

Il progetto prosegue nella valorizzazione del cammino attraverso azioni volte a migliorare la qualità dell'accoglienza turistica, anche considerando la candidatura UNESCO del tratto italiano della Via Francigena e il suo inserimento nella cosiddetta **Tentative list UNESCO presso MiBACT**.

Promuovere la Via Francigena significa incrementare i flussi e l'indotto economico dei territori toccati dal percorso; è sempre più variegata la tipologia di coloro che, oltre ad appoggiarsi alle strutture convenzionate quali gli ostelli, utilizzano strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere. Anche l'interesse verso la scoperta dei prodotti gastronomici del territorio, che spesso sono in grado di allietare la tappa a fine giornata diventano un modo per conoscere le tradizioni locali lungo la Via Francigena. Oggi, oltre ai pellegrini, numerosi sono coloro che camminano per provare una nuova esperienza, non necessariamente religiosa, da soli o in coppia, italiani e stranieri, che talvolta percorrono solo una tappa del percorso e che necessitano dei servizi di accoglienza negli uffici turistici segnalati dal Circuito delle vie Francigene.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Aggiornamento strutture Via Francigena Friendly presenti sul sito dell'Associazione Europea delle Vie Francigene
- Supporto ad Associazioni e Comuni lungo la Via Francigena in occasione di momenti di formazione degli operatori/cittadini (Es: Associazione Via Francigena di Sigerico)

Attività finanziate nel Bando Regionale (l.r. 14/2016 art. 21):

- Ristampa cartine
- Realizzazione materiali multimediali in collaborazione con ATL Biella e ATL Valsesia Vercelli (video)
- Realizzazione e stampa vetrofania Via Francigena e vetrofania specifica sul menu del pellegrino.



ACCOGLIENZA

UFFICI DEL TURISMO

Turismo Torino e Provincia gestisce 12 Uffici del Turismo (Bardonecchia, Cesana Torinese, Claviere, Ivrea, Pinerolo, Pragelato, Sauze d'Oulx, Sestriere, Settimo Torino c/o Torino Outlet Village, Susa, Torino - Piazza Carlo Felice, Torino - Piazza Castello, Torino) presso i quali operano 26 informatori turistici professionali e multilingue.

L'identità aziendale degli Uffici è conferita da elementi comuni: divisa, grafica degli Uffici e strumenti aziendali (CRM, software di cassa, materiali di accoglienza e promozione)

Novità 2019:

- restyling dell'Ufficio del Turismo di Bardonecchia
- progetto del nuovo Ufficio del Turismo di Sestriere che inaugurerà nel 2020
- presidio del nuovo punto informativo all'interno dell'Aeroporto di Torino
- supporto al Comune di Moncalieri nell'allestimento di un corner informativo presso la Biblioteca Civica Arduino.
- nuove divise per lo staff degli Uffici del Turismo

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Informazioni turistiche
- Attività di vendita: prodotti turistici, merchandising, biglietteria trasporti ed eventi, editoria
- Distribuzione materiale informativo
- Prenotazione strutture ricettive e guide turistiche professionali
- Registrazione passaggi
- Raccolta di segnalazioni e reclami

Parallelamente al lavoro di contatto diretto, lo staff degli informatori di Turismo Torino e Provincia svolge per il pubblico e gli operatori una serie di attività di back office che contribuiscono alla riuscita dell'elevato standard qualitativo che caratterizza il sistema dell'accoglienza torinese, ovvero:

- Servizio prenotazione guide e visite guidate per gruppi precostituiti
- Aggiornamento delle strutture ricettive
- Servizio di predisposizione e fornitura di materiale informativo (servizio "welcome")
- Gestione circuito vendita dei prodotti
- Reperimento ed aggiornamento di informazioni sulle risorse turistiche territoriali e sugli eventi
- Le attività vengono eseguite contestualmente alle attività di front office e prevedono anche la reportistica periodica



RISULTATI

266.000 contatti e passaggi.

Oltre **735.000** informazioni evase

Italia 63%

Estero 37% maggioranza da: Francia, Spagna e Gran Bretagna

CONTACT CENTRE

Turismo Torino e Provincia dispone di un Contact Centre 011 535181 strutturato con risponditore a "Menù ad albero" per indirizzare le chiamate entranti in base alla lingua, utente, tipologia di informazioni. Il sistema consente all'utenza di reperire informazioni anche senza parlare con gli operatori tramite una ramificazione di messaggi registrati, modificabile ed adattabile secondo le esigenze e dei progetti specifici.

Il servizio attivo 7 giorni su 7 con staff dedicato, si rivolge a:

- Turista individuale
- Scuole
- Trade (Agenzie Viaggi - Tour Operator - Cral - Mice)
- Strutture ricettive della provincia di Torino
- Canali di erogazione:
- Via telefono 011.535181
- Via e-mail (info.torino@turismotorino.org - scolastico@turismotorino.org)
- Via chat (Skype), solo per le strutture ricettive

In aggiunta a questo servizio, è attivo un numero dedicato alle chiamate istituzionali: 011.8185011 attivo dal lunedì al venerdì.

Lo staff dedicato al Contact Centre si occupa anche del presidio della reception della sede direzionale che prevede l'accoglienza di ospiti istituzionali, fornitori, guide turistiche e albergatori, nonché attività di segreteria.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Erogazione dell'informazione via telefono e via e-mail
- Registrazione in CRM degli utenti che ci contattano
- Gestione delle telefonate istituzionali in arrivo
- Revisione periodica dei contenuti dei messaggi in sinergia con le aree Turismo Torino e Provincia trasversalmente coinvolte
- Calendarizzazione dei messaggi promozionali da inserire durante l'attesa telefonica
- Aggiornamento e registrazione dei messaggi nelle 3 lingue
- Aggiornamento della comunicazione via email per la valorizzazione di eventi, prodotti e servizi



RISULTATI

14.298 telefonate

7.257 dedicate al turista, alle scuole, al trade ed alle strutture ricettive

3.730 e-mail evase

COORDINAMENTO UFFICI DEL TURISMO

Lo staff fa da collettore tra gli Uffici del Turismo e la sede di direzione e garantisce il corretto funzionamento degli Uffici e delle attività, la gestione del personale e di specifici progetti di accoglienza.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Gestione dei Volontari Torino&You "Junior" e del presidio eventi
- Gestione presenze del personale che lavora negli Uffici del Turismo, coordinamento delle attività ordinarie, impostazione nuova turnazione staff
- Gestione circuito vendita
- Relazione con gli Enti del territorio per la creazione di sinergie che favoriscano il sistema accoglienza
- Attività formativa presso istituti superiori ad indirizzo turistico
- Attività di avvio tirocinii curriculari ed extra curriculari in Area Accoglienza e negli Uffici del Turismo di Torino
- Educational per eventi, musei e nuove mostre: "La bottega di Leonardo" c/o Palazzo Cavour; Art Nouveau. Il trionfo della bellezza c/o la Venaria Reale; c/o il Museo Carpano di Eataly Torino Lingotto; "Leonardo Da Vinci. Disegnare il Futuro"- Musei Reali di Torino (Galleria Sabauda, Sale Palatine); Mercato Centrale; Appartamenti dei Principi di Carignano; mostra Andrea Mantegna. "Rivivere l'antico, costruire il moderno" - Palazzo Madama.



SERVIZI DI VENDITA

Insieme di azioni legate alla vendita di:

- Servizi turistici
- Prodotti editoriali
- Merchandising
- Biglietteria spettacoli
- Trasporti per conto terzi

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Quadratura incassi rete Uffici del Turismo
- Implementazione vendita: Merchandising per Uffici di Bardonecchia e Pragelato, editoria per gli Uffici di Torino
- Rapporti coi fornitori (contrattazione: introduzione aggio per tutti i prodotti in vendita)
- Programmazione e collaborazione a promozioni (To Bike salone del Gusto e AvvenTO)
- Supervisione comparto Logistico nella movimentazione degli articoli

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Città di Torino - progetto ObjecTO Official Torino Souvenir
- Centro Sviluppo Sistemi - fornitore programma di cassa Associazione Torino Città Capitale Europea
- ToBike- comunicare Srl
- Singoli fornitori



Photo by Markus Spiske on Unsplash

CIRCUITO VENDITA

OPERATORI

Gestione circuito vendita composto da strutture ricettive della provincia di Torino che vendono ai propri ospiti la Torino+Piemonte Card e i biglietti del bus turistico City Sightseeing Torino.

Gli aderenti al circuito vendita Torino+Piemonte Card sono stati:

- **19** strutture in Torino e dintorni
- **9** strutture nella zona del Canavese
- **1** strutture nella zona Val Susa e Pinerolese
- sono state inoltre distribuite al Circuito vendita **70** Card con fatturazione immediata.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Contatti con le strutture per rifornimenti e aggiornamenti
- Gestione dei ritiri (coordinamento con l'Area Amministrazione e con l'Area Logistica)
- Rinnovo convenzioni in essere
- Inserimento nuovi aderenti (stipula scrittura privata, sessione formativa iniziale)

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Punti vendita affiliati



SHOP ON LINE E GRUPPI

Gestione e controllo acquisti dei prodotti di Turismo Torino e Provincia venduti tramite:

- www.turismotorino.org: 2.062 card vendute online
- OLTA - On Line Travel Agency: 240 card vendute
- Gruppi su ordinazione: 1.217 card richieste

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Monitoraggio ordini e predisposizione ritiri
- Supervisione adempimenti fiscali (rendicontazione, pagamenti, fatturazione)
- Confezionamento e movimentazione fiscale del kit presso il punto vendita scelto dal gruppo
- Evasione richieste di informazione su prodotti e modalità di acquisto
- Ideazione e predisposizione di un data base interno per la raccolta e l'elaborazione organizzata dei dati di acquisto dei prodotti Torino-Piemonte Card

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Visit Techology, partner che ha sviluppato la piattaforma web CityBreak®,
- OLTA convenzionate

PRENOTAZIONE/VENDITA ATTIVITÀ E PRODOTTI

- Caricamento dei prodotti e dei servizi di Turismo Torino e Provincia sulla piattaforma dedicata (in 3 lingue) per la prenotazione e commercializzazione tramite web e vis à vis.



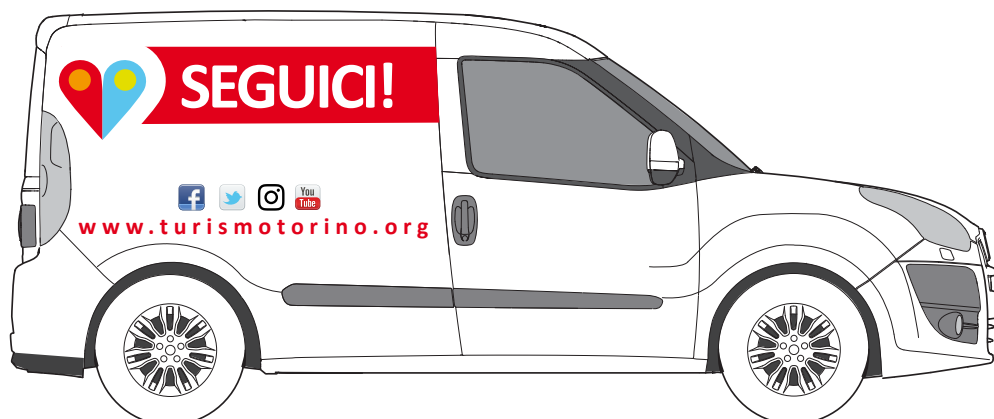
Photo by Andrew Neel on Unsplash

ATTIVITÀ DI LOGISTICA

Gestione della movimentazione e dello stoccaggio dei materiali cartacei e di altra natura necessari per le attività dell'Ente.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Rifornimenti degli Uffici del Turismo permanenti e temporanei
- Spedizioni materiali per missioni e fiere fuori provincia
- Allestimenti postazioni temporanee in occasione di eventi

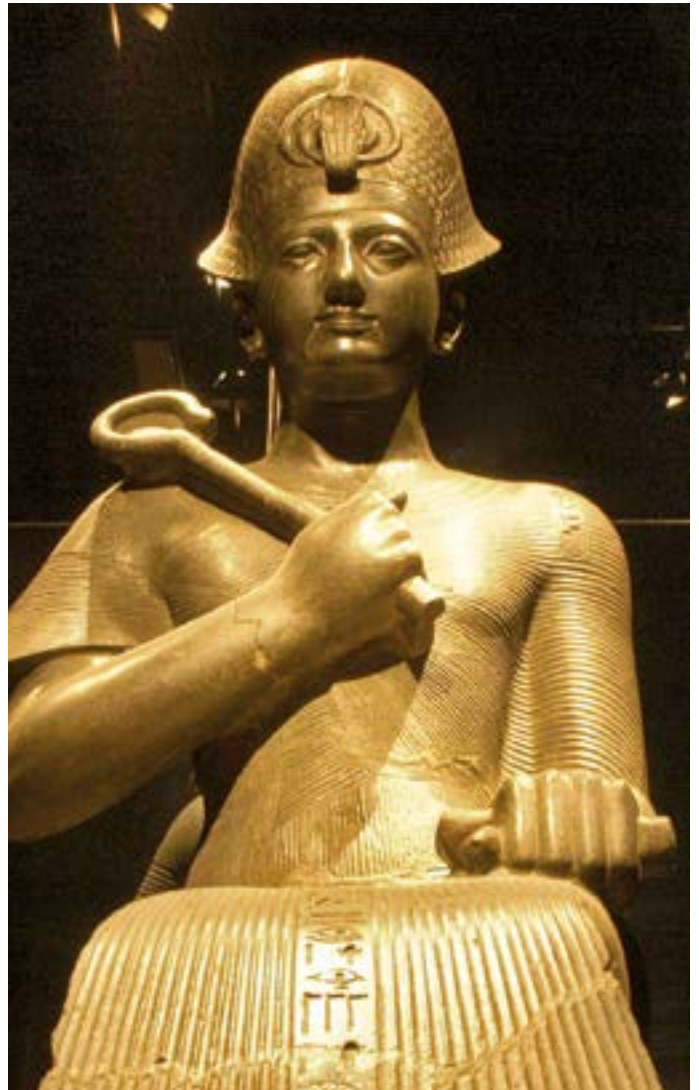


SERVIZIO PRENOTAZIONE VISITE GUIDATE PER GRUPPI ED INDIVIDUALI

Turismo Torino e Provincia dispone di un servizio gratuito di prenotazione di visite guidate rivolto a gruppi precostituiti (adulti e scolaresche) attraverso richiesta diretta o agenzie di viaggio/Tour Operator. Il servizio proposto in 12 lingue (italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, cinese, russo, portoghese, russo, rumeno, giapponese, greco moderno, ebraico), comprende 240 guide aderenti e viene gestito tramite piattaforma web dedicata.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Nel corso del 2019 si è lavorato alla riorganizzazione delle modalità di gestione del servizio, snellendo le procedure, con operatività dal 1 gennaio 2020.
- Evasione quotidiana delle richieste di informazione
- Prenotazione delle guide turistiche
- Gestione operativa del tour "La tua prima volta a Torino" e dei raddoppi del servizio in occasione dell'alta stagionalità
- Gestione operativa dei tour tematici "Torino Golosa", "Ivrea la bella", "Torino Speciale Natale Magico"
- Gestione operativa dei Royal E-Bike tour
- Rendicontazione dei servizi assegnati
- Supporto nella definizione degli onorari ufficiali delle guide turistiche depositati per legge presso l'ATL e definizione di tariffe dedicate in caso di richieste particolari da parte di enti o istituzioni (in collaborazione con GIA e FEDERAGIT)



PARTNER E COLLABORAZIONI

- GIA - Associazione Guide Turistiche, Interpreti e accompagnatori del Piemonte FEDERAGIT
- Somewhere Tours & Events
- Anemos Itinerari Del Vento
- Euroware
- Guide Turistiche Abilitate

RISULTATI

343 servizi (oltre il 50% sono rappresentati dal classico tour a piedi "Giro città") **8.575** partecipanti Ricaduta economica di circa **€ 76.208** per le guide turistiche

SERVIZIO ALLE STRUTTURE RICETTIVE

L'attività comprende la gestione dei rapporti con le strutture ricettive della provincia di Torino (circa 1.900 strutture), ed è organizzata su 3 ambiti territoriali: Torino e Area Metropolitana, Val Susa e Pinerolese e Canavese e Valli di Lanzo.

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- Supporto per adempimenti amministrativi obbligatori (anche per le locazioni turistiche che dal 1° ottobre 2019 sono tenute a registrarsi sul portale regionale Piemonte Dati Turismo)
- Supporto informativo per nuove aperture/cessazioni, variazioni di attività
- Servizio di informazione su eventi e manifestazioni (redazione newsletter settimanale attraverso piattaforma Mailup ed invio newsletter mensile)
- organizzazione di attività di formazione rivolte ai direttori/gestori delle strutture ricettive ed al personale di front office (educational e visite guidate gratuite);
- Servizio Skype attivo 7/7
- Invio, raccolta e caricamento delle comunicazioni caratteristiche e prezzi annuali come previsto dalla legge regionale e relativo caricamento dati sui database che ne consentono la promozione, (Piemonte Dati Turismo - ROSS 1000, CRM)
- Partecipazione ai tavoli di lavoro legati alla ricettività: "Marchio Yes!", imposta di soggiorno, revisione modulistica regionale, passaggio al **nuovo servizio web Piemonte Dati Turismo** (accessibile all'interno del portale della pubblica amministrazione www.sistemapiemonte.it e che ha sostituito dal 1° aprile 2019 il vecchio servizio TUAP - Turismo Arrivi e Presenze - Acquisizione dei flussi turistici)



SERVIZIO PRENOTAZIONI ALBERGHIERE

Turismo Torino e Provincia dispone di un servizio gratuito di prenotazioni alberghiere rivolto ad individuali tramite la piattaforma regionale Booking Piemonte.

Nel corso del 2019 sono state prenotate 54 camere, in modalità last minute, dai nostri Uffici del Turismo. Queste prenotazioni si sommano a quelle effettuate via web attraverso Booking Piemonte a favore delle strutture del nostro territorio di competenza (sia dal sito web di Booking Piemonte che da Trivago).

SERVIZIO WELCOME

Predisposizione di materiale illustrativo e promozionale in congrui quantitativi per soddisfare le richieste provenienti da enti/istituzioni, strutture ricettive, centri congressi, associazioni, guide e privati. La distribuzione del materiale avviene in forma gratuita per alcune tipologie di utenti e fino ad una soglia massima di copie, superate le quali, è previsto un rimborso spese per la predisposizione. La distribuzione del materiale alle strutture ricettive del territorio di Torino e provincia avviene in forma gratuita fino ad una soglia massima di copie, proporzionata al numero di camere.

ATTIVITÀ REALIZZATE

- Evasione quotidiana delle richieste di informazioni
- Elaborazione documentazione amministrativa, programmazione ritiri
- Gestione richieste via à vis
- Aggiornamento delle liste dei materiali ordinabili in base alle giacenze di magazzino

Photo by Belinda Fewings on Unsplash



RISULTATI

Richieste da parte di oltre 318 utenti:

- 160 strutture ricettive (più richieste durante l'anno per struttura)
- 60 privati
- 40 scuole ed istituti
- 37 Enti Istituzionali
- 21 Associazioni e guide turistiche e operatori outdoor

Si conferma la crescita di richieste pervenute da parte di privati che gestiscono appartamenti in locazione ad uso turistico.

CUSTOMER CARE

GESTIONE LAMENTELE

Gestione delle lamentele e dei ringraziamenti che pervengono via email o tramite canali Social. Il servizio comprende la condivisione con gli enti terzi coinvolti.



Photo by Diego Ph on Unsplash

RISULTATI

160 segnalazioni (ricevute anche attraverso canali digitali: recensioni su prodotti acquistati, Google My Business e profili social)

32%: prodotti e servizi di Turismo Torino e Provincia

68%: problematiche riscontrate in altre strutture del territorio (dai mezzi di trasporto, ai musei, dagli impianti di risalita alle strade)

INFO.DESK aggiornamento delle risorse turistiche ed eventi

Questa attività è propedeutica al corretto funzionamento del CRM.

Consiste nel reperimento, nell'organizzazione e nella condivisione delle informazioni a valenza turistica del nostro territorio, in particolare: orari e tariffe di musei, e più in generale, di luoghi d'interesse turistico, percorsi espositivi e/o iniziative particolari in occasione di mostre o eventi di vario genere.

Tale condivisione di informazioni avviene tramite il CRM, che consente di favorire l'aggiornamento delle informazioni da erogare al pubblico, tramite gli Uffici del Turismo, il Contact Centre e i canali web.

PARTNER E COLLABORAZIONI

- Mediaki
- Istituzioni (musei,sovrintendenza)



Photo by Glenn Carstens-Peters on Unsplash

WEB E SOCIAL MEDIA

WWW.TURISMOTORINO.ORG

497.016 Utenti +35,46% rispetto al 2018
662.155 sessioni +30,31% rispetto al 2018
2.364.729 visualizzazioni di pagina +13,69% rispetto al 2018

PROFILO FACEBOOK

Profilo Facebook: 40.400 fan +3% rispetto al 2018
655 post pubblicati nel corso del 2018
394.317 Impression medie mensili
10.918 copertura media giornaliera
Crescita medi di circa 100 fan al mese

CAMPAGNE SU SOCIAL NETWORK

Attività campagne Facebook per incremento visite al sito Internet e visibilità della pagina social su specifici eventi o territorio a rotazione. In particolare quest'anno sono state gestite internamente o coordinate le seguenti campagne:

TORINO RESTAURANT WEEK:

sponsorizzazione primavera e autunno
5 - 28 aprile 2019
Campagna video Facebook e Instagram
12.190 visualizzazioni del video
Campagna video Programmatic (giornali online)
55.311 full views - 319.283 Impression
Campagna evento More News
11.023 persone raggiunte - 440.437 Impression

7 - 25 ottobre 2019

Campagna video Facebook e Instagram
12.689 visualizzazioni del video

26 ottobre - 3 novembre

Carosello Social
3012 click - 288.896 impressions

7 ottobre - 3 novembre

Campagna video Programmatic (giornali online)
152.613 full views - 550.153 Impression

TORINO CAPITALE DEL GUSTO:

8 - 31 maggio
Campagna Video Social
1.097.628 Impression - 151.585 visualizzazioni
Video Programmatic
276.859 Impression - 144.605 visualizzazioni
8 - 31 luglio
Video Programmatic
522.156 Impression - 286.778 visualizzazioni



REALI SENSI:

51.336 impression - 29.481 persone raggiunte
34.922 interazioni con i post tra click sul link e like al post

GRAN PARADISO DAL VIVO:

sponsorizzazione palinsesto spettacoli

- 1215 Risposte agli eventi
- 226.099 persone raggiunte
- 614.791 impressions

ROAD BIKE:

616.554 impression - 193.247 persone raggiunte
2368 visualizzazioni di pagina

MONTAGNA PER TUTTI:

628.618 impression - 457.536 persone raggiunte

PROFILO TWITTER

18.736 follower +4,1% rispetto al 2018
369 tweet nel 2018
681.600 visualizzazioni di Tweet + 8.5% rispetto al 2018

PROFILO INSTAGRAM

20.558 follower +37% rispetto al 2018
Oltre 300 foto tra post e re-post
Oltre 5.500 follower in un anno
Utilizzo di Instagram stories per live, presentazioni mostre ed eventi e condivisione dell'esperienze degli utenti sul territorio



E-NEWSLETTER

Realizzazione e-newsletter rivolta a:

- Cliente finale: **81.982** contatti
- Scolastico: **2.354** contatti
- Convention: **2.500** contatti
- Trade: **2.123** contatti

FUORITORINO.IT

Agenda degli appuntamenti fuori Torino

487 visite

342 utenti

1.928 visualizzazioni pagina

RESIDENZEREALI.IT

Sito dedicato alle Residenze Reali di Torino e del Piemonte

62.937 sessioni

52.618 utenti/visitatori unici

129.827 visualizzazioni pagina

INPIEMONTEINTORINO.IT

Sito dedicato agli eventi di tutto il Piemonte, gestito da una redazione diffusa con Città di Torino e Regione Piemonte

199.443 sessioni

164.003 utenti

509.197 visualizzazioni pagina



NEWS dal DIRETTORE

by TURISMO TORINO E PROVINCIA

Dalla Cina 6 top influencer
 Dal 16 al 20 dicembre sono in arrivo 6 persone di alto profilo del mondo del trade turistico, sportivo e giornalistico grazie a China Italy Experience. Scopriranno, con l'assistenza dell'ATI, le attrattive di Sestriere, Bardonecchia e Torino oltre ad incontrare rappresentanti del territorio.

Venerdì 10 Gennaio 2020: facciamo il punto sul turismo?
 Una giornata di approfondimento sulle strategie di note realtà turistiche internazionali. È questo l'obiettivo del convegno organizzato dall'ATI al quale parteciperanno illustri relatori come ECM - European Cities Marketing, Wonderful Copenhagen, Vienna Tourist Board, Roger Carter (Managing Director Team Tourism & Deputy Director of the Export Committee of the WTDF) e Pierpaolo Mariotti (Certified Meeting Manager EURAC Research & Direttore di ECM Summer School). L'appuntamento è aperto ad operatori turistici, amministratori e stakeholder.

La Coppa del Mondo Femminile a Sestriere
 Potremo non collaborare con uno degli eventi sportivi più importanti che si svolge a Sestriere in Alta Val Susa? La Coppa del Mondo ritorna il 18 e il 19 gennaio. L'ATI sarà presente con personale dedicato per supportare l'organizzazione nelle funzioni accordi, accommodation, ufficio stampa e accoglienza.

A Pragelato l'Alpen Cup Sei di Fondo Coppa Europa
 Il comune olangese inaugura un ricco calendario di eventi sportivi con l'Alpen Cup, la gara internazionale di sci di fondo sulle piste olimpiche del Pian il 18 e 19 gennaio. L'inizio di una stagione all'Inoagna dello sport. Turismo Torino e Provincia è la prima linea per supportare la promozione o nella gestione dell'accommodation.

PROMOZIONE

TARGET TOUR OPERATOR - AGENZIE DI VIAGGI - CRAL

A seguire vengono illustrate le attività svolte sui mercati individuali come prioritari e complementari:

EDUCATIONAL/PRESSTRIP

Organizzazione e accoglienza di famtrip per lo staff dei tour operator e agenzie di viaggio in collaborazione con vari Enti (es. Comitato Olimpico Beijing 2022, partner del Registro Incoming, Associazione Quore, Visit Piemonte ecc.) e di presstrip per giornalisti dei mercati esteri per i quali siamo di supporto all'Ufficio Stampa.

- Educational: 21
- Contatti trade: 181
- Presstrip: 11
- Contatti giornalisti: 23

FIERE, WORKSHOP, PRESENTAZIONI

in ambito italiano e internazionale

- Eventi: 28
- Contatti trade + CRAL: 776
- Contatti pubblico finale: 224

DATA	EVENTO	LUOGO
23-27/01	FITUR	Madrid
11/02	BIT	Milano
14-16/02	PARTNERSHIP IN EUROPEAN TOURISM LOS ANGELES	Los Angeles
15-17/02	TRAVEL OUTDOOR FEST	Parma
16-18/02	I° Meeting Naz. del Turismo Spirituale - fiera KOINE'	Vicenza
20-24/02	F.RE.E.	Monaco
06-10/03	ITB	Berlino
12-14/04	DESK PROMOZIONALE PER APERTURA EATALY PARIGI	Parigi
13-17/05	FIERA ITB CHINA + PRESENTAZIONI	Shanghai+Pechino
31/05	WORKSHOP ARTS & EVENTS	Bologna
26/06	PRESENTAZIONE C/O CAFFE TORINO DI EATALY PARIGI	Parigi
04-06/09	NITTO DENTSU ATP - VISITA DELEGAZIONE	Torino
06-08/09	TOUR NATUR	Düsseldorf (DE)
08-09/10	EUROPEAN CAPITAL OF SMART TOURISM CEREMONY	Helsinki (FI)
09-11/10	TTG	Rimini
09/10	MEET & MATCH	Rimini
09-11/10	ULTIMATE ITALIAN JOB TOUR BY CLASSICS ON THE ROAD	Torino
11-12/10	MEETING DEI CRAL - ASSOCRAL	Torino
15/10	WORKSHOP ENIT OSLO	Oslo
16/10	WORKSHOP ENIT STOCCOLMA	Stoccolma
21/10	EVENTO EATALY NEW YORK	New York
28/10	GOOD ITALY WORKSHOP	Parma

DATA	EVENTO	LUOGO
29-31/10	THE ITALIAN JOB	Torino
30/10	WORKSHOP ITALIAN LUXURY	New York
05-07/11	WTM	Londra
11-12/11	ART CITIES EXCHANGE	Roma
14/11	WORKSHOP CHINA VISITORS SUMMIT	Milano Malpensa
25-27/11	BITESP	Venezia

EDUCATIONAL/PRESSTRIP		
15-16/01	EDUC CLASSICS ON THE ROAD	Torino
13/02	EDUC USA+NORVEGIA	Torino
15/02	EDUC LUGOS TRAVEL	Torino
29/03	EDUC VAL GERMANASCA	Val Germanasca (TO)
31/03-03/04	EDUC ALEASKI	Valsusa
22/04	EDUC VIE DEL SOLE	Torino
10/05	EDUC ROAD SCHOLAR	Torino
16/05	EDUC SITO UNESCO IVREA	Ivrea
29/05	EDUC CHINA VISITORS SUMMIT	Torino
16/06	EDUC COMITATO OLIMPICO BEIJING 2022	Torino
17/06	PRESSTRIP GIORNALISTI CINESI	Torino
01/07	EDUC KIM KIM	Torino
10/08	PRESSTRIP CANADESE	Torino
11-13/08	EDUC PETIT FUTE	Torino
22-27/08	EDUC JEWISH HERITAGE TOURS	Torino
25-27/08	PRESSTRIP MICHAEL MILNE	Torino
04-06/09	EDUC NITTO DENTSU ATP FINALS	Torino
22-27/09	TV-Documentary CULT@THCITY - TORINO	Torino
11-12/10	PRESSTRIP GIORGINA COX MINI UK + GQ	Torino
13-15/10	EDUC CINESI DI CANTON CON VISIT PIEMONTE	Torino
14-17/10	PRESSTRIP ENIT PARIGI PER DUE INFLUENCER	Torino
17-19/10	EDUC ITALY VACATIONS SPECIALISTS	Torino
17-22/10	EDUC LGBT - FRIENDLY PIEMONTE	Torino
19-20/10	PRESSTRIP FREE CON VISIT PIEMONTE	Torino
11-13/11	PRESSTRIP ENIT LOS ANGELES - MRS GLICKMANN	Torino
15-16/11	EDUC CHINA VISITORS SUMMIT	Torino
18/11	PRESSTRIP MEHMET NURI TURAN - TURCHIA	Torino
18-20/11	PRESSTRIP FORBES	Torino
22/11	EDUC CLUB ITALIE-FRANCE	Torino
26-28/11	EDUC INTELE TRAVEL UK	Torino
08/12	BLOGTOUR PIETROLLEY	Pinerolo
15-22/12	EDUC TT.OO. CINESI CON CHINA ITALY EXPERIENCE	Alta Val Susa + Torino

RAPPORTI CON IL TRADE E I CRAL

- Sviluppo di relazioni con **operatori nazionali e internazionali** ai quali sono stati forniti consulenza e supporto per la programmazione della destinazione, proponendo l'inserimento sul loro sito/catalogo/newsletter dei nostri servizi e prodotti (es. Torino+Piemonte Card, Citysightseeing Torino, Merenda Reale, Brindisi a Corte ecc.), di nuove immagini e spunti di itinerari
- Più di **1.400 le richieste di informazioni**, supporto e vendita ricevute dagli operatori nazionali ed internazionali in fase di programmazione della destinazione Torino e provincia ed evase dall'Ufficio Promozione e Sviluppo Mercati
- Incontri con i nuovi attori della **filiera turistica locale** (es. nuovi incoming e società di servizi, piattaforme online, start-up ecc.) che desiderano presentare la propria attività e conoscere gli strumenti che Turismo Torino e Provincia può mettergli a disposizione (es. Registri Operatori Incoming e Outdoor, coinvolgimento per fiere e workshop, prodotti e servizi turistici a tariffe agevolate ecc.)
- Rinnovate le linee di collaborazione con il più grande network CRAL Italiano, **Assocral**, anche grazie alla sinergia nell'organizzazione del loro meeting annuale che si è tenuto a Torino in ottobre. Abbiamo avuto modo di partecipare al Workshop e offrire ai CRAL partecipanti (200) un tour-educational del centro città con declinazione enogastronomica e focus sulle visite d'impresa del Made in Torino
- In collaborazione con l'Associazione Quore e con la Regione Piemonte, abbiamo realizzato un educational per 5 tour operator (4 americani e 1 spagnolo) specializzati nel **turismo LGBT**
- Realizzazione di una pagina promozionale sul catalogo di **Radici Viaggi**, operatore specializzato in turismo scolastico. La collaborazione ha una declinazione anche sull'online (newsletter, app e sito internet) che proseguirà per tutto l'anno scolastico 2019/20.



RISULTATI

VENDITA AL TRADE DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI

Torino+Piemonte Card (nelle varie versioni):
6976 pezzi

Visite guidate: **2631 pax**

Merenda Reale: **264 pax**

Made in Torino: **757 pax**

OLTA

Dai dati elaborati sulle vendite OLTA 2019, si evidenzia un aumento complessivo delle vendite del **+78%** rispetto al 2017 e del **+54%** sul 2018 (con tendenza ad ulteriore aumento per il 2020). Anche nel 2019 abbiamo assistito ad un **significativo e costante incremento** delle vendite dei prodotti turistici che Turismo Torino e Provincia mette a disposizione delle principali OLTA internazionali. Nello specifico facciamo riferimento alle percentuali di crescita nel 2019 di

CIVITATIS: + 57%

EXPEDIA: + 10%

GETYOURGUIDE: + 117%

MUSEMENT: + 283%

VIATOR: - 34% (flessione dovuta allo stop delle vendite per 2 mesi per ragioni tecniche)

TIQUETS: +41

Desto interesse notare l'aumento del numero di paesi di provenienza dei turisti rispetto al 2018. Tale incremento è dovuto alla maggiore diffusione e visibilità, soprattutto delle 4 principali OLTA, rispetto al 2017. Dal 2018, infatti, **i portali sono stati tradotti in molte più lingue** (tra cui il russo, il coreano, il cinese e giapponese) e hanno adattato le traduzioni dell'inglese, francese e spagnolo alle diverse declinazioni geografiche ed etniche (ad esempio troviamo inglese parlato in Sud Africa o nelle Filippine, Spagnolo messicano, portoghese parlato in Brasile, Francese parlato in Canada ecc...). Di conseguenza la fruibilità dei prodotti a livello mondiale è aumentata notevolmente. Rispetto al 2018 infatti, il numero dei paesi extraeuropei da cui provengono i turisti che hanno acquistato le card tramite OLTA è quasi raddoppiato (**si tratta soprattutto di paesi dell'America Latina e dell'Asia**), questo anche grazie al fatto che è aumentato il numero di valute estere in cui effettuare pagamenti in tempo reale. Oltre all'ITALIA (primo mercato) in Europa sono soprattutto **francesi e spagnoli** che comprano card online, seguiti da **inglesi e tedeschi**.

Per quanto riguarda i paesi extraeuropei da segnalare gli utenti USA (primo mercato) seguiti dagli utenti provenienti dall'America Latina, primo fra tutti il Brasile, e dall'Asia con una buona performance di **Cina e Singapore**.

In sintesi, possiamo sostenere che le pagine relative a Torino e ai prodotti turistici e ai tour disponibili hanno un'ottima visibilità e copertura a livello mondiale. Di seguito i numeri di diffusione delle varie OLTA nostre partner:

EXPEDIA: ha uffici in 41 paesi nel mondo e accetta tutte le valute

GETYOURGUIDE: 155 paesi, 22 lingue e pagamenti in 40 valute

MUSEMENT: 70 paesi, 12 lingue e pagamenti in 52 valute, acquisita dal colosso TUI

VIATOR: 13 lingue e pagamenti in 14 valute e 3500 partner in tutto il mondo

TIQUETS: 7 lingue e pagamenti in 14 valute accettate

CIVITATIS: 5 lingue e pagamenti in 6 valute

VENDITA OLTA DI PRODOTTI E SERVIZI TURISTICI

Torino+Piemonte Card: 4216 pezzi

Merenda Reale: 73 pax

NOVITÀ

- Inserimento di 5 tipi di card su **AGODA.COM**, OLTA asiatica con sede a Singapore collegata alla nuova sezione tour& attività di Booking.com e **ITALY TRAVELS**, operatore Italiano che ha creato una pagina dedicata all'offerta culturale delle principali città italiane tra cui Torino www.ticketstorino.com
- Grazie alla collaborazione con MUSEMENT abbiamo sperimentato con successo la vendita della Merenda Reale (maggio-dicembre 2019).

ACCORDO TORINO & LANGHE ROERO

Nel 2017 le città di Torino, Alba e Bra, con le rispettive ATL di Turismo Torino e Provincia e l'Ente Turismo Alba Bra Langhe Roero hanno sottoscritto un protocollo d'intesa per concertare attività di promozione congiunta che si sono realizzate lungo tutto il 2018 e sono proseguite nel 2019.

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- presidio di un desk promozionale per la distribuzione di materiale informativo durante l'inaugurazione di Eataly Parigi (aprile)
- organizzazione di una presentazione per tour operator e giornalisti all'ora di colazione presso il Caffè Torino di Eataly Parigi (giugno)

In generale, durante **tutte le fiere, i workshop e gli educational** abbiamo promosso congiuntamente i territori di Torino e Langhe Roero, suscitando molto interesse e riconferme dagli operatori che riconoscono la perfetta combinazione di queste due destinazioni turistiche.



REGISTRO OPERATORI INCOMING

Nel 2019 il registro si è arricchito di un **2 nuovi operatori**, entrambi della categoria Servizi Turistici. Si tratta di Theatrum Sabaudiae, che tra il resto gestisce i servizi museali per i musei civici della Città, e Guida Turistica Torino, presente su tutti i principali portali internazionali di visite guidate tematiche. Al momento quindi gli operatori **partner sono 20**.

Nel 2019 sono state oltre **600 le proposte caricate** sul sito dagli operatori. L'attività social dedicata ha visto la produzione di oltre **108 post** sul canale **Facebook** e oltre **40** i box di promozione di specifiche proposte degli operatori partner sulla **newsletter settimanale** rivolta al comparto dell'accoglienza.

Oltre 100 le occasioni di collaborazione tra incontri di presentazione, tavoli tematici e sviluppo di prodotti legati ad eventi.

I **cataloghi** distribuiti sono stati **oltre 2000** e i **contatti** travel trade condivisi **1135**.

NEWSLETTER/ECARD

- Invio di ecard per informare il trade dei vari Paesi della nostra partecipazione alle fiere.
- Invio di Newsletter bimestrale al trade per aggiornare sui vari eventi e novità del territorio.
- **80** attività e post (in italiano e inglese) sulla pagina di LinkedIn con contenuti Trade e MICE
4166 i follower

MERCATO CINA

- Aggiornamento testi e creazione articoli tematici e stagionali su sito **WTCF - World Tourism Cities Federation**.
- Partecipazione alla **presentazione** a cura di Visit Piemonte e rivolta al trade e alla stampa presso l'Ambasciata italiana di Beijing il 13 maggio.
- Partecipazione alla fiera **ITB China** che si è svolta a Shanghai dal 15 al 17 maggio.
- Accoglienza di delegazioni di **città cinesi** (Haidian e Whenzhou) e di società (OCT) interessate a visitare Torino per conoscere da vicino la città e le venue olimpiche in preparazione dei Giochi Olimpici di Beijing 2022.
- Organizzazione della conferenza stampa per la presentazione della piattaforma di **Vento d'Italia** su Wechat alla stampa **torinese** e agli attori del settore turistico interessati al mercato **cinese**.
- Collaborazione con la piattaforma digitale **Europass**, altro canale su Wechat che prevede un miniprogramma dedicato a Torino per la promozione della destinazione sul mercato cinese.
- Organizzazione delle visite alle venue olimpiche di Torino e accoglienza della delegazione di rappresentanti del **Comitato Olimpico di Beijing 2022** interessati a visitare le venue e a conoscere l'esperienza di Torino 2006.
- Affidamento alla società **China Italy Experience** della promozione dell'Alta Val Susa nell'ambito del Club di Prodotto GSI sul mercato cinese.



ATTIVITÀ VARIE

- L'**Associazione Chambéry-Turin** in collaborazione con la Città di Chambéry ha realizzato le escursioni da Chambéry a Torino. 6 viaggi per un totale di circa **300** passeggeri trasportati con l'escursione di andata/ritorno in giornata a prezzo molto conveniente per gli abitanti della città francese. 14 i biglietti per il City Sightseeing Torino venduti a tariffa agevolata
- Presenza dell'Ufficio Promozione al **Salone del Libro** con un desk di promozione delle attività degli operatori partner, supportando anche l'attività di accoglienza
- Scambio di visibilità con la **Città di Nagoya** per la promozione reciproca delle due destinazioni turistiche attraverso la distribuzione di materiali (es. Informagiovani di Torino) e proiezione di video su Torino nella città giapponese
- Corrispondenza e assistenza in loco dei **giornalisti** dei rispettivi mercati di competenza da giugno 2019
- Organizzazione delle inspection visit nelle strutture alberghiere di Torino e accoglienza della delegazione giapponese delle **Nitto-Dentsu ATP Finals**
- Collaborazione con la Città metropolitana di Torino, nell'ambito del progetto Interreg Alcotra "**Sentieri dei vigneti alpini**", per lo sviluppo del prodotto, per la realizzazione dell'educational transfrontaliero e per il coinvolgimento degli operatori del Registro Incoming; gli stessi hanno realizzato pacchetti turistici dedicati che sono stati inseriti in un channel online da noi realizzato
- Collaborazione con il **Politecnico** che a giugno ha noleggiato il City Sightseeing Torino per 35 persone e a febbraio ha organizzato la Merenda Reale per 31 studenti in uno dei caffè storici. Continua anche la fornitura di materiale (ad uso degli studenti stranieri) per l'espositore di Turismo Torino e Provincia a disposizione dell'Ateneo. A marzo e a settembre abbiamo fornito la tariffa preferenziale one-shot agli studenti che liberamente potevano salire sul bus presentando la Smart Card del Politecnico.



In occasione del **50° anniversario del film cult The Italian Job**, Turismo Torino e Provincia ha seguito diverse iniziative durante tutto il 2019:

- inspection visit nel mese di marzo del tour operator **Classics on the Road**: supporto nel fornire sia i contatti dei fornitori (Lingotto Fiere, Cinema Lux, Fiorfood, MAUTO, Franco Turcati, Palazzo Madama, City Sightseeing Torino) che le autorizzazioni necessarie (Film Commission, Comune di Torino, Sovrintendenza, UnipolSai) per realizzare dal 9 all'11 ottobre il tour guidato di appassionati collezionisti di **Aston Martin** e **Jaguar** sulla scia dell'anniversario dell'**Italian Job**. Grazie a questo tour, al quale ha partecipato anche Matthew Field (massimo esperto mondiale dell'**Italian Job**), sono usciti numerosi articoli
- supporto del **raduno degli appassionati collezionisti inglesi e italiani di Mini Cooper**. Grazie alla collaborazione con 8 Gallery, il raduno si è rivelato un vero e proprio evento per tutta la città con epicentro al Lingotto. Dal 19 al 30 ottobre si sono svolti dibattiti, mostre fotografiche, esposizioni di Mini storiche, lezioni di educazione stradale per le scuole e visite guidate al complesso del Lingotto, Al Mauto e a Eataly. L'evento è poi culminato con l'arrivo il 29 ottobre di **140 appassionati inglesi** e con la proiezione del film "The Italian Job" di fronte a 700 spettatori presso la sala dell'8 Gallery. Il gruppo di appassionati con **100 auto storiche** il 30 ottobre ha sfilato per le vie del centro e sostato in Piazza San Carlo per poi effettuare una foto ricordo sullo scalone di Palazzo Madama
- con Mark Hinchliff regista, curatore dell'opera installata su Palazzo Lascaris in occasione di Artissima, abbiamo curato la realizzazione del **documentario su The Italian Job** che verrà veicolato in importanti festival del cinema in UK e presentazione dello stesso al Museo del Cinema per il ventennale



- Collaborazione con **ISIC/ITIC/IYTC** (www.isic.org), l'organizzazione internazionale patrocinata UNESCO, presente in 138 paesi e attiva dal 1953 che si occupa di agevolare gli studenti universitari, i professori e i giovani under 30 al viaggio stipulando convenzioni con gli enti del turismo e tutte le aziende che erogano servizi turistici. Il bacino di utenza è di 5 milioni di iscritti. L'accordo prevede la scontistica sulla Torino+Piemonte Card in base alla durata del soggiorno
- Aggiornamento del **Manuale di Vendita interattivo** per tour operator e agenzie di viaggio (versioni italiano, francese e inglese)
- Collaborazione con **I'ITCILO** al quale abbiamo fornito assistenza per l'organizzazione e accoglienza (con materiale informativo in lingua) di un gruppo di 250 studenti cinesi in visita al Palazzo Reale nel mese di agosto
- Collaborazione con il **CIF-OIL** per l'organizzazione di un educational rivolto ad un gruppo di 22 partecipanti al corso "Turismo sostenibile y desarrollo local en áreas rurales", che ha avuto luogo dal 4 all'8 novembre nel Campus del CIF-OIT di Torino
- Collaborazione con **I'UNICRI** per la presentazione della destinazione turistica Torino e provincia agli studenti dei Master che organizzano.

ARCHIVIO IMMAGINI

Evase 85 richieste di immagini provenienti da trade e press.



Find your local ISIC website

Choose country / territory

Go

Home

Discounts

The cards

Get your card

FAQs

About us

Contact



Home + Benefits

[+ back to benefits](#)

Turismo Torino



Up to 5 EUR Off City Card



Travel through a territory of extraordinary charm, between art and history, nature and culture, sport and tradition. In the Turin's area the discovery never ends. Thanks to your ISIC/ITIC/IYTC card you can purchase the Torino+Piemonte Card discounted and longer is your stay more is your stay more you will save! The discount can be applied on all cards except the Junior card.

Search results:

UFFICIO STAMPA

Prosegue la consueta attività di stesura di comunicati stampa e divulgazione, organizzazione di conferenze stampa e gestione press trip, sia per i media cartacei che per quelli digitali. Da segnalare, inoltre, il coinvolgimento attivo dei blogger e dei foodblogger presenti sul territorio per la promozione di iniziative e prodotti della Città Metropolitana e della Regione Piemonte. Completa l'attività, una costante attività di pubbliche relazioni sul territorio e di "reportage social" attraverso l'utilizzo dei profili dell'ufficio stampa.

VIAGGI STAMPA/BLOG TOUR

DESTINAZIONE TORINO

- Maison à Vivre, Francia - gennaio
- Riprese per filmato RyanAir, UK - marzo
- Rory's long weekend (TV) Irlanda - marzo
- Marie Claire Web, Italia - aprile
- Le Monde, Francia - maggio
- Case Globe Trotters- Belles Demeures- Une Part du Monde, Francia - maggio
- Influencer tedesca (Nadine Trompka), Germania - giugno
- Malibù for Breakfast blog, Italia - luglio
- The Globe & Mail, Canada - agosto
- The Flora Journal, UK - ottobre
- Viaggio stampa gruppo, Germania - ottobre
- Die Zeit, Germania - ottobre
- TV tedesca Cult&TheCity, Germania - ottobre
- Freelance Elyse Jessica Glickman, USA - novembre
- CharmeMagazine-Caravan&Camper-Il Resto del Carlino, Italia - novembre
- Forbes, Usa - novembre
- Radio TV slovena, Slovenia - dicembre



CITTÀ METROPOLITANA

- New York Times, Ivrea, marzo
- Intimità-Storie di Cibo-Informa Cibo, Strada di Colori e Sapori, maggio
- Bell'Italia, Strada di Colori e Sapori, giugno



EVENTI SPECIALI

- Partecipazione all'inaugurazione di Eataty Marais (Parigi) rivolta ai media francesi (19 febbraio)
- Per la promozione della Mostra "Leonardo Da Vinci. Disegnare" supporto all'organizzazione della conferenza stampa di Milano (6 marzo) e gestione conferenza stampa a Bologna (20 marzo) e Bari (4 aprile).
- Evento di lancio della Torino Restaurant Week presso Studio Food 33 (12 aprile)
- Conferenza stampa di Vento d'Italia, il social che parla cinese (16 luglio)
- Supporto all'organizzazione delle conferenze stampa di:
 - Millennium Sancti Genesii 1019-2019, Castagneto Po, 15 marzo
 - Festa Cevrin di Coazze, 14 ottobre

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- Costante attività di ufficio stampa attraverso l'invio di comunicati stampa/singole informazioni e immagini riguardanti Torino e la Città Metropolitana ai periodici nazionali di viaggio/ turismo/food e ai blogger italiani ed esteri
- Intensa attività di pubblicazione su Facebook, Twitter ed Instagram attraverso i profili dell'ufficio stampa oltre all'ideazione di reportage social in concomitanza di ogni singolo viaggio stampa/ blog tour ospitato



TARGET

TARGET SOSTENIBILE

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- Aggiornamento della sezione target sul sito www.turismotorino.org

TARGET SCOLASTICO

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- Aggiornamento della sezione target sul sito www.turismotorino.org
- Invio richiesta alle strutture del territorio che ospitano scolaresche (in collaborazione con Accoglienza e Ricettività) per tariffa dedicata; creazione tabella scaricabile dal sito
- Realizzazione tabella dei musei che offrono servizi ed attività per scolaresche, scaricabile dal sito turismotorino.org
- Aggiornamento della Guida al Turismo Scolastico di Torino e provincia (in collaborazione con Accoglienza e Comunicazione) per gli insegnanti, scaricabile dal sito
- Aggiornamento della Scheda Prodotti dedicati alle scuole scaricabile dal sito.



CONGRESSUALE

IN PRIMO PIANO

TORINO PER I TUOI EVENTI 2019, II TRANCHE

Seguito il successo nel 2018 dell'iniziativa, realizzata in collaborazione con Camera di commercio di Torino, anche nel 2019 è stato elaborato un pacchetto di agevolazioni e contributi economici da concedere per eventi in candidatura, al fine di stimolare la scelta di Torino e battere la concorrenza delle altre destinazioni congressuali. Grazie alla seconda tranche di incentivi sono stati acquisiti 11 congressi per un totale di 9.250 partecipanti, circa 24.300 pernottamenti e una ricaduta economica sul territorio stimata di oltre 6 milioni di euro.

CANDIDATURA X EUROPEAN CAPITAL OF SMART TOURISM 2020

La candidatura è stata realizzata dal nostro Convention Bureau e dal Comune di Torino (Assessorato Turismo, Innovazione e Cultura). È un'iniziativa dell'Unione Europea per incoraggiare lo sviluppo di soluzioni innovative ed inclusive per un turismo sostenibile e accessibile, promuovere un turismo digitale intelligente e rafforzare a funzione del patrimonio e dell'industria culturale e della creatività come beni turistici. Siamo stati selezionati tra le città finaliste. A ottobre, a Helsinki, abbiamo presentato la candidatura di fronte alla giuria europea. Ha vinto Gothenburg, è stata un'occasione di confronto con le altre città europee.

EVENTI REALIZZATI IN EVIDENZA

Torino Design of the City, 2-20 ottobre

70 appuntamenti fra incontri, laboratori, mostre, itinerari che hanno presentato il mondo del Design torinese in tutte le sue prospettive e declinazioni. All'interno della manifestazione, organizzata dal Comune di Torino, l'evento di punta è stato il **Forum internazionale (10 - 11 ottobre)** presso l'Energy Center del Politecnico di Torino con relatori provenienti da tutto il mondo.

TIEF, 28-30 ottobre

Forum internazionale di finanza islamica: tre giorni di attività con sessioni di approfondimenti e dibattiti, insieme ad amministratori pubblici, ricercatori e docenti universitari, imprenditori ed esperti di finanza.

Per entrambi gli eventi Turismo Torino e Provincia è stato partner tecnico e operativo della Città di Torino.



PRESENTAZIONE CANDIDATURE E OSPITALITÀ

- Organizzazione sopralluoghi e ospitalità: 13 inspection visit
- 28 candidature nazionali ed internazionali aperte per le quali si è in attesa dell'assegnazione
- 24 eventi (congressi e convention) acquisiti (qui di seguito il dettaglio)

EVENTI ASSOCIATIVI	DATE	ANNO	PAX
Masters of Magic Convention	16-19 maggio	2019	1.600
Convegno Nazionale di Economia Aziendale	11-13 settembre	2019	800
Congresso Nazionale S.I.A.I.S. - Società Italiana dell'Architettura e dell'Ingegneria per la Sanità	26-27 settembre	2019	300
Congresso Internazionale e Nazionale Tributaristi	3-5 ottobre	2019	600
Congresso FITELAB - Federazione Italiana Tecnici Sanitari Laboratorio Biomedico	24-25 ottobre	2019	300
Incontro Unitre	5-9 maggio	2020	1.000
Polymers	3-5 giugno	2020	300
11th Conference on Solar Chemistry and Photocatalysis: Environmental Applications (SPEA11)	8-12 giugno	2020	300
Convention MPI Italia Chapter	3-5 luglio	2020	150
ECM Summer School	22-26 agosto	2020	80
XXVI Congresso Nazionale ESRA	Novembre	2020	400
Congresso ESCL - Narrations of Origins in the World Literature and the Arts	24-27 novembre	2020	300
SICV&GIS - Società Italiana di Chirurgia Vertebrale e Gruppo Italiano	6-8 maggio	2021	500
Quantum	maggio	2021	350
XXXVIII Congresso SIAF 2021	10 al 13 novembre	2021	1.100
SINch - Società Italiana Neurochirurgia	Da definire	2021	500
DFHM Conference	giugno	2023	150

EVENTI CORPORATE	DATE	ANNO	PAX
Stati Generali del Lavoro	25-28 settembre	2019	400
Full Stack Conference	10 ottobre	2019	350
Newton Agency per Juice Plus	18-19 ottobre	2019	350
Meeting 5GAA	10-15 novembre	2019	250
On Hair Show & Exhibition	17-18 novembre	2019	4.000
Kimberly Clarks	10-12 dicembre	2019	50
Cloud Conference	26 marzo	2020	1.000

PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP

EVENTO	LUOGO	DATA
Workshop Association Days (EMI)	Bologna	1-2 marzo
Workshop Buy Mice (Ediman)	Roma	15 maggio
Fiera IMEX	Francoforte	21-23 maggio
Workshop Associativo CBI	Bruxelles	20 giugno
Workshop Enit	Oslo-Stoccolma	15-16 ottobre
Workshop Enit	Zurigo, Vienna, Monaco	22-24 ottobre
Workshop Italy at Hand	Roma	7-9 novembre
Workshop Full Contact Meeting Planner	Como	14-15 novembre
Fiera IBTM	Barcellona	19-21 novembre

PARTECIPAZIONE AD EVENTI ASSOCIATIVI E DI FORMAZIONE

EVENTO	LUOGO	DATA
Convention Annuale Federcongressi & Eventi	Vicenza	14-16 marzo
Assemblea Soci Convention Bureau Italia	Roma	7 giugno
Presentazione dati OICE - Osservatorio Congressuale Nazionale	Roma	27 giugno
Italian Destinations' Retreat	Verona	9-10 settembre
Assemblea Soci Convention Bureau Italia	Roma	10 dicembre

REGISTRO OPERATORI CONGRESSUALI

Club di prodotto che annovera le principali imprese e strutture della filiera congressuale di Torino e Provincia. 52 aderenti

ATTIVITÀ REALIZZATE:

- Ricerca e contatti nuovi operatori. Nuovi iscritti 2019:
 - Italyscape
 - Torino Outlet Village
 - Nuvola Lavazza
 - Parcolimpico (Pala Alpitour e Palavela)
 - Zoom Torino
 - Eataty TorinoLingotto - categoria sede per eventi
 - Eataty Torino Lingotto - categoria imprese di ristorazione e catering
 - Mercato Centrale
 - Villa Sassi
- Coordinamento e gestione Comitato di Funzionamento
- Realizzazione iniziative di networking e formazione dedicate agli iscritti: **9 eventi organizzati**



ACCOGLIENZA CONGRESSISTI

Benefit e agevolazioni per i congressisti in città:

- **Desk di informazione turistica** in sede di evento presidiato dal nostro personale (**n. 25 desk presidiati**)
- **Mappe, brochure** e altri materiali turistici (**25.538 pezzi** distribuiti tra Charta, Torino in Tasca e brochure varie)
- **Newsletter**: creazione newsletter di benvenuto con informazioni utili e personalizzate per ciascun evento/congresso inviate dall'organizzatore alla mailing list dei partecipanti qualche giorno prima dell'evento (**n. 40 newsletter realizzate**)
- **Sconti e riduzioni** per l'acquisto della Torino+Piemonte Card, City Sightseeing, biglietti trasporto pubblico locale GTT e ristoranti
- **Comunicato stampa**: elaborazione e diffusione in prossimità dell'evento
- **Biglietto ridotto nei principali musei** a fronte dell'esibizione del badge del congresso

Inoltre per gli eventi più importanti:

- **Totem personalizzato**: roll up di benvenuto personalizzati e collocati presso il nostro ufficio del turismo in piazza Castello
- **Mappa personalizzata**: mappa della città ad-hoc con gli indicatori degli hotel in cui soggiornano i partecipanti e le location in cui si svolgono gli eventi del congresso
- **Rilevazioni customer satisfaction**: interviste vis à vis in sede di evento con distribuzione di omaggi per la rilevazione della soddisfazione dei congressisti

WEB MARKETING

- aggiornamento e creazione nuove di sezioni del sito Convention Bureau <https://convention.turismotorino.org> affinché siano maggiormente reperibili le informazioni per chi vuole realizzare un evento a Torino e sia data maggior visibilità ai partner (sedi e società di servizi).
- pagina **Facebook** www.facebook.com/torinoconventionbureau/: 142 post pubblicati, 1.710 follower e 1.650 "like"
- profilo **LinkedIn** www.linkedin.com/company/turismo-torino-e-provincia/: 80 aggiornamenti pubblicati, **4.166 follower**

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

- **Nuova brochure** dedicata agli iscritti al Registro Operatori Congressuali, ciascuno con una propria scheda con immagini e dati tecnici, in doppia lingua italiano/inglese
- **Nuovo dossier di candidatura** in italiano e in inglese
- **E-newsletter**: realizzazione e invio periodico della e-newsletter in italiano e in inglese a 5.000 contatti con aggiornamenti e approfondimenti sul settore congressuale torinese e con le news degli operatori partner
- Redazione e divulgazione comunicati alla stampa specializzata in occasione dell'assegnazione delle candidature

ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO

Turismo Torino e Provincia Convention Bureau ha sostenuto la ricerca ed è sponsor dell'OICE - Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, promosso da Federcongressi & Eventi e realizzato da ASERI-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Inoltre ha commissionato un **focus su Torino** per monitorare l'andamento del mercato congressuale locale. Il monitoraggio ha rilevato la seguente situazione relativa all'anno 2018:

- **12.133 eventi (+7,3% sul 2017)**
- **974.896 partecipanti (1,5% sul 2017)**
- **1.334.650 presenze (+3,3% sul 2017)**
- **15.258 giornate**
- **2.520** gli eventi con una **durata maggiore di un giorno**
- **59,7% gli eventi promossi dalle imprese** che si sono svolti per il **70,7% in alberghi congressuali**

OSSERVATORIO

OBIETTIVI

- Monitoraggio regolare e approfondito relativo all'andamento dei flussi turistici sul territorio;
- Analisi della percezione del turista in merito ai servizi ai lui erogati;
- Fidelizzazione del cliente volta ad incrementare la banca dati aziendale.

PRINCIPALI ATTIVITÀ

- Azioni di rilevazione in occasione di eventi, appuntamenti o mostre che si svolgono sul territorio con analisi e calcolo della ricaduta economica;
- Raccolta dati per la profilazione dei turisti tramite questionari conoscitivi;
- Somministrazione di questionari qualitativi e analisi dei servizi e prodotti aziendali;
- Indagini di customer satisfaction;
- Caricamento delle anagrafiche raccolte in occasione dei monitoraggi sopra citati;
- Supporto all'Osservatorio Turistico Regionale nella raccolta dei dati sui flussi turistici ricettivi (arrivi/presenze);
- Supporto all'Osservatorio Turistico Alberghiero in sinergia con al Camera di commercio di Torino e la società RES Hospitality.



PARTNER E COLLABORAZIONI

- Dipartimento di Management - Università di Torino
- Regione Piemonte - Osservatorio Turistico Regionale/DMO Piemonte Marketing
- Camera di commercio di Torino
- Città di Torino - Assessorato al Turismo
- Comune di Pralormo
- European Cities Marketing
- Slow Food
- UNWTO - World Tourism Organization
- Bomax (per software Virtualize)

ATTIVITÀ REALIZZATE

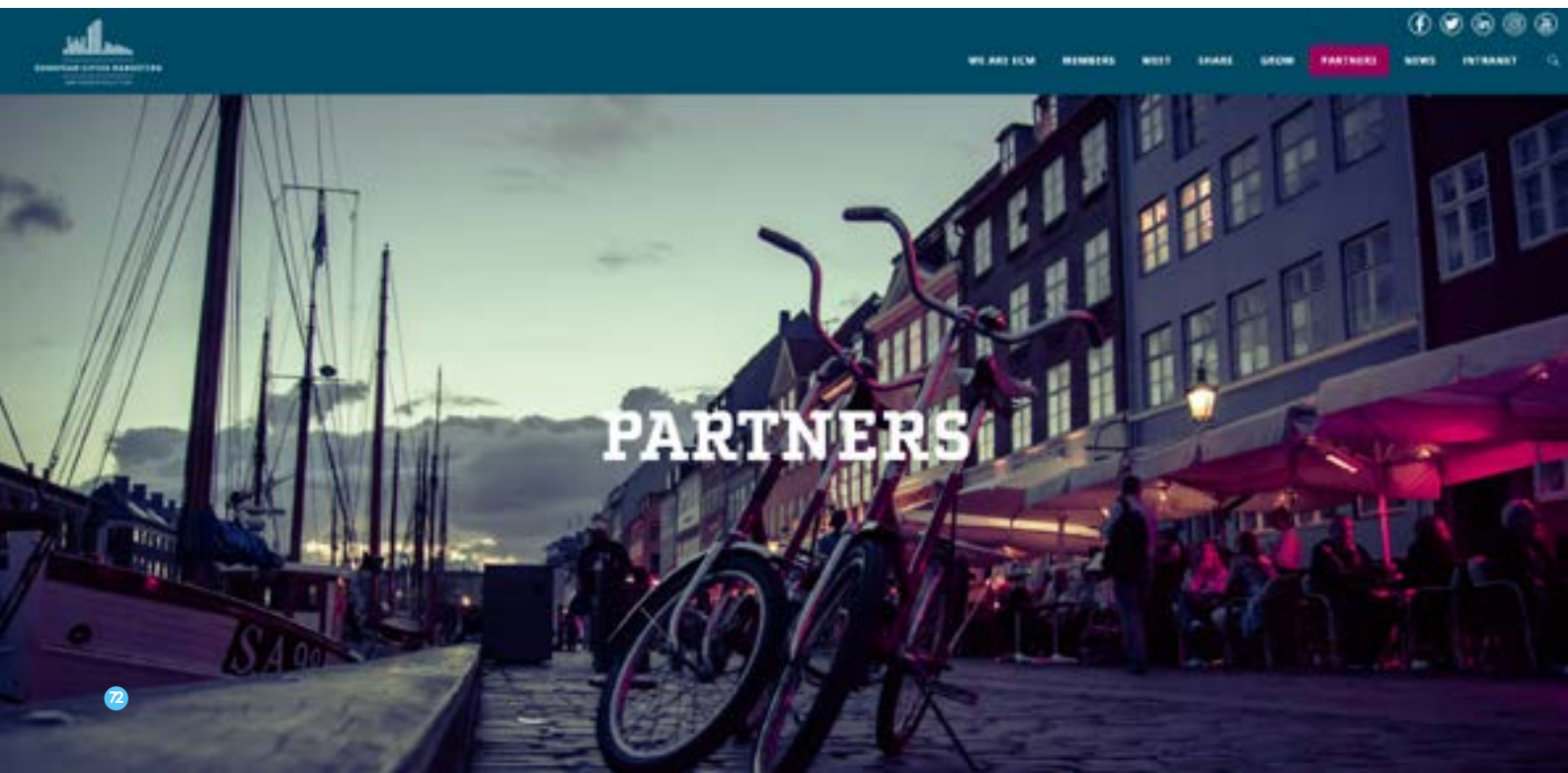
- Analisi dei principali mercati;
- Creazione dei contenuti per indagini qualitative e di customer satisfaction;
- Invio mensile di questionari qualitativi on line post-soggiorno (tramite il software Survey Monkey);
- Elaborazione dei questionari qualitativi e relativa analisi;
- Caricamento dei questionari e delle anagrafiche cartacee attraverso il software di lettura ottica; successiva elaborazione dei risultati;
- Elaborazioni specifiche delle statistiche aziendali e prodotti;
- Ideazione ed elaborazione di questionari per attività di profilazione durante eventi;
- Elaborazioni ad hoc delle statistiche relative agli eventi o momenti di alta stagione;
- Ideazione ed elaborazione di questionari qualitativi in collaborazione con i referenti prodotto;
- Profilazione del turista in occasione di ponti/festività tramite l'erogazione di questionari su tablet;
- Profilazione dei partecipanti a eventi specifici sul territorio;
- Profilazione ed analisi di mercato per enti terzi;
- Presentazioni ad hoc presso scuole superiori e università;
- Gestione richieste qualitative e quantitative di dati turistici da parte di studenti o enti di ricerca e analisi marketing;
- Questionari previsionali del tasso di occupazione dedicato alle strutture ricettive in occasione di ponti/festività;
- Partecipazione al tavolo di lavoro dell'Osservatorio Alberghiero della Camera di commercio di Torino;
- Indagini qualitative e relative analisi di alcuni eventi congressuali che si sono svolti in Torino;
- Partecipazione al Research & Statistics Knowledge Group di European Cities Marketing;
- Benchmarking con le principali destinazioni turistiche europee tramite la piattaforma Tourmis (European Cities Marketing);
- Caricamento degli arrivi/presenze, ingressi musei e barometro dello shopping sulla piattaforma Tourmis gestita da European Cities Marketing;
- Presentazioni ad hoc presso scuole superiori e Dipartimenti universitari



EUROPEAN CITIES MARKETING

Rilevante è la partnership con European Cities Marketing, importante network che da oltre 15 anni permette alla nostra realtà di accrescere le conoscenze in ambito turistico internazionale, grazie allo scambio di know-how e best practice con le principali destinazioni europee che ne fanno parte.

Dal 2015 il nostro Osservatorio è, inoltre, parte attiva del "Research & Statistics Knowledge Group" e realizza il report quadrimestrale del "City Tourism Monitor", un documento previsionale sui flussi turistici in Europa, con focus ad hoc sui principali mercati e segmenti.



FUND RAISING

BANDI EUROPEI

- **ALCOTRA TURISMO DEL GUSTO TDG - Ri-avvio progetto a novembre.** Il progetto Interreg Alcotra Italia-Francia Turismo del Gusto-Tourisme du Gout TDG - Asse 3 Attrattività del territorio a fine 2018 e nella prima metà del 2019 ha subito un arresto per l'uscita di 2 partner francesi (Fagihl Savoie e Fagihl Formation). Turismo Alpméd è diventato il nuovo Capofila e ha ripresentato la versione aggiornata del progetto, approvata dall'Autorità di gestione Alcotra a novembre, mese da cui sono ripartite le attività. Le azioni previste di Turismo Torino e Provincia si compiranno nel 2020 e primi mesi del 2021
- **ALCOTRA PITEM P.A.C.E. SALVAGUARDARE - PARTNER REGIONE PIEMONTE, Turismo Torino e Provincia partner operativo.** Turismo Torino e Provincia è stato coinvolto nel progetto Alcotra per la realizzazione di azioni legate alla valorizzazione dei Forti presenti nel territorio piemontese.

RICERCA SPONSOR

Nel 2019 sono stati pubblicati avvisi di ricerca sponsor per la realizzazione di:

- Ricerca sponsor cartina Torino
- Ricerca sponsor brochure Off Road
- Ricerca sponsor per attività Osservatorio Promozione Congressuale
- Ricerca sponsor per TIEF



PERSONALE E ORGANIZZAZIONE

SMART WORKING

Il progetto è nato con gli obiettivi principali di incrementare il livello di autonomia, fiducia e benessere dei lavoratori, di ridurre l'impatto ambientale, di contenere i costi derivanti dalla gestione e manutenzione degli spazi fisici ed infine anche di migliorare l'immagine e la comunicazione aziendale.

L'anno 2019 è stato quello in cui, tra gennaio e marzo, si è conclusa la fase di analisi normativa e di progettazione, realizzata attraverso la partecipazione a seminari, eventi tematici e convegni, del progetto relativo allo Smart Working. A partire dal mese di aprile è stata avviata la fase sperimentale del progetto, in cui si è aperta la possibilità di lavorare in modalità agile al personale di sede e, in modalità diverse, a quello operante negli IAT cittadini; successivamente, nel corso dell'autunno, la possibilità è stata rivolta anche al personale operante presso gli IAT fuori Torino. Complessivamente ha aderito al progetto la quasi totalità del personale di sede, mentre per gli uffici del turismo l'adesione è stata del 70 % circa del personale. La possibilità di svolgere in modalità agile la propria attività ha consentito sì di migliorare la conciliazione dei tempi di vita con quelli di lavoro, ma ha anche consentito un miglioramento della produttività, accrescendo il livello di motivazione e di autonomia del personale che ha aderito al progetto. Il risultato dell'indagine condotta internamente ha definito il modello di sperimentazione "ottimale".

BANCA ORE SOLIDALE

In accordo con le Rappresentanze Sindacali Interne, nel mese di luglio 2019 è stata istituita dalla Direzione aziendale la Banca Ore solidale, attivabile, su richiesta dei dipendenti che dovessero trovarsi ad aver esaurito le proprie ore di ferie e permessi per la gestione di condizioni di salute che richiedano cure costanti per i propri familiari. La donazione, da parte dei colleghi, avviene esclusivamente su base volontaria.

FORMAZIONE AMBITO SICUREZZA

Nel corso dell'anno 2019, attraverso l'utilizzo dei Fondi Interprofessionali, è stata erogata la formazione di aggiornamento in ambito sicurezza. Nello specifico sono stati attivati gli aggiornamenti per gli addetti al primo soccorso e gli addetti antincendio, oltreché, come previsto dall'Accordo stato Regioni, anche per i preposti e Dirigenti.

Distacco DMO si è concretizzato il distacco di due risorse del segmento MICE e una di promozione al DMO dal mese di marzo 2019 con scadenza 12 mesi. L'esperienza è stata giudicata positivamente da entrambe le parti e proseguirà.

TIROCINI

Nel corso dell'anno 2019 presso l'ATL sono stati attivati complessivamente 14 tirocini della durata compresa tra le 100 e le 450 ore cadauno. I tirocinanti provenivano sia dall'Università degli Studi di Torino sia da scuole e Istituti di Formazione secondaria e di specializzazione, quali, ad esempio, CFC, Casa di Carità Arti e Mestieri, CFIQ, SESEF. Gli studenti sono stati impegnati in attività di informazione e accoglienza turistica presso gli UDT cittadini, in attività di ricerca e analisi di dati nell'ambito dell'Osservatorio Turistico, in attività di comunicazione nell'ambito dei Social Media e del sito Internet. Stando ai dati raccolti direttamente dai tirocinanti al termine dell'esperienza, la permanenza presso Turismo Torino e Provincia si rivela molto positiva: il 100% degli intervistati consiglierebbe ad altri di svolgere il proprio tirocinio presso l'ATL grazie all'importante attività di affiancamento svolta dai tutor dei vari progetti formativi.

Turismo Torino e Provincia si conferma un riferimento, a livello territoriale, per coloro i quali desiderano inserirsi nel mondo del turismo e che contattano l'Ente desiderosi di intraprendere un'esperienza formativa di rilievo.

SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI

- Implementazione infrastruttura e connessione in VPN a tutti gli utenti in modo da consentire lo smart working
- Configurazione PC personali per la connessione in VPN necessaria per lo smart working ai richiedenti
- Sostituzione stampanti multifunzione aziendali e creazione utenti
- Effettuato il riscatto della server farm
- Installazione del nuovo Server VEEAM utilizzato per i Backup, che va a sostituire il vecchio
- Migliorie in sala Server "Acquisto Switch più veloci per l'infrastruttura server"
- Implementazione delle casse fiscali per l'invio diretto dei corrispettivi all'agenzia delle entrate "Corrispettivi telematici dal 01/07/2019"
- Supporto gli Uffici del Turismo di Sauze e Pragelato per l'installazione delle biglietteria Via Lattea
- Collaborazione supporto per l'avvio del Servizio di stampa e vendita delle card ATHENA, installazione delle relative stampanti
- Progetto di ripristino Sala Riunioni, acquisto di un nuovo proiettore, e rifacimento dei collegamenti Video/Rete/Corrente

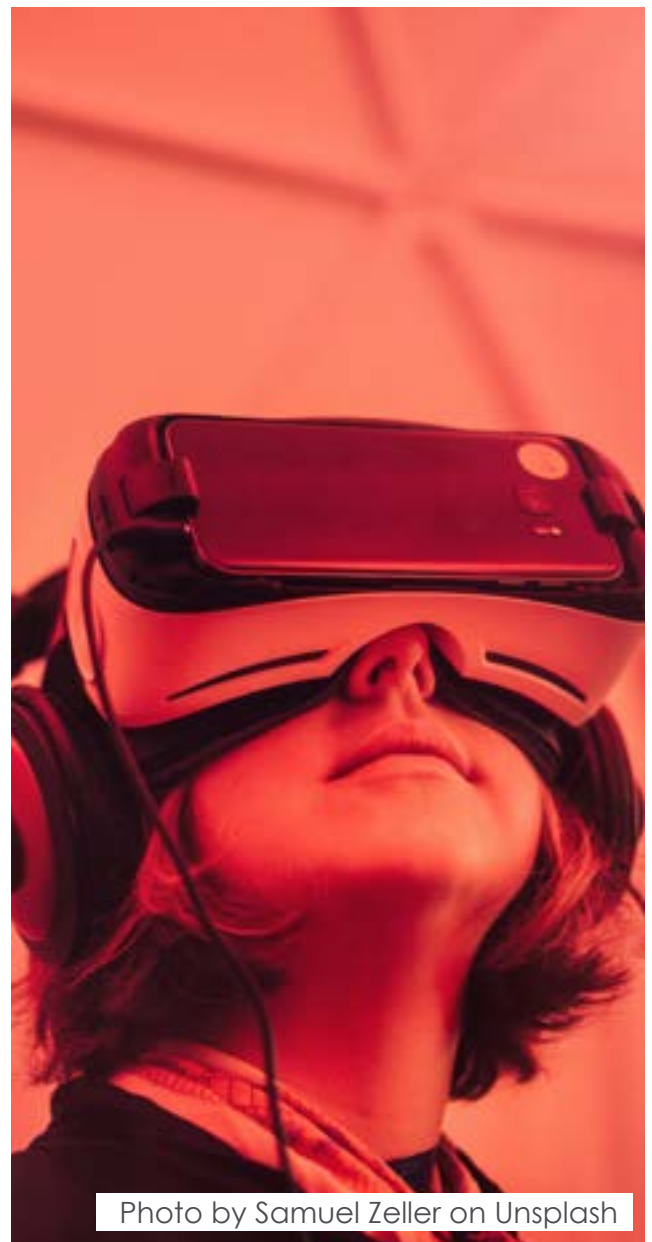


Photo by Samuel Zeller on Unsplash



turismo
Torino
e provincia

Via Maria Vittoria, 19 10123 Torino

Tel. +39 011 81.85.011 Fax +39 011 88.3426

www.turismotorino.org