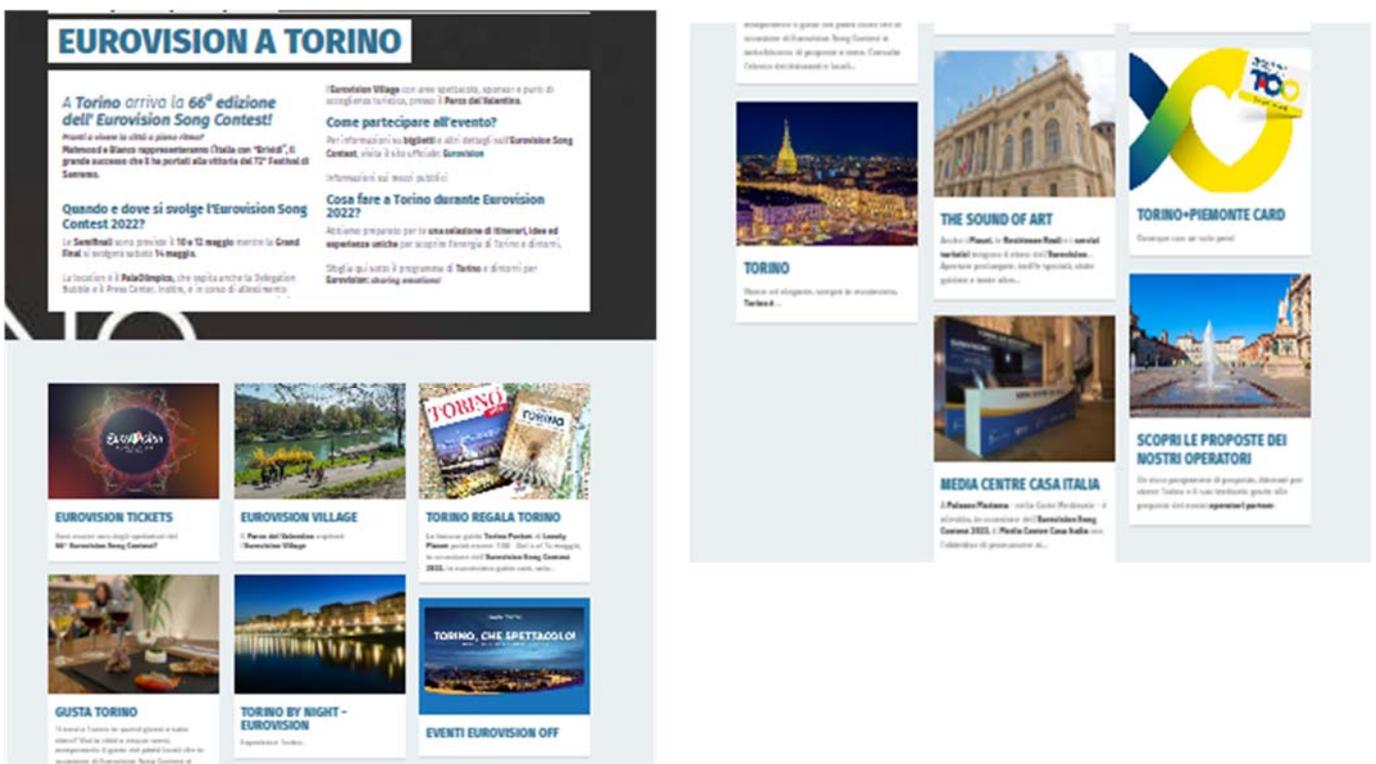


Period of observation: from 29/04 (day of arrival of delegations) to 14 May 2022

1. SITE www.turismotorino.org*

A section dedicated to the event has been created (www.turismotorino.org/eurovision-torino) with all the useful information for visiting the city during Eurovision: from the collaboration with Lonely Planet to the numerous initiatives of locals and businesses.



This was the most visited section of the site throughout the observation period, with 4,374 views (with peaks on 6, 9 and 10 May).

It was followed by the page related to the Torino+Piemonte Card, with 4,164 views, 'Torino regala Torino' ('Torino gives Torino') by Lonely Planet (3,258 views). The 7th most visited page was the Eurovision Village one, with 2,854 views.

Most users accessed the pages via the newsletter and the QRcode on related material (723 views). The average time spent on the Eurovision site was about 2 minutes per page: an excellent result. All the main keywords related to the event were positioned in SERPs between the first and second page.

* Google Analytics data only tracks those who have consented to full cookie tracking when landing on the site

Turismo Torino e Provincia s.c.r.l.

Uffici e sede legale

Via Maria Vittoria 19 • 10123 Torino Italy
Tel. +39.011.8185011 • Fax +39.011.883426

P.Iva 07401840017 • Iscr. n° 294369/1997
Registro imprese di Torino • REA n° 890093

contact@turismotorino.org
www.turismotorino.org

The activity on the social media of Turismo Torino and Provincia in the run-up to the Eurovision Song Contest started as early as mid-April and intensified from the end of April. The event and the activities offered by the city to delegations and the public were followed more closely, together with the touristic offer in Torino and the Provincia during the same period.

A daily story showing the Eurovision Village schedule has been available since 7th May.

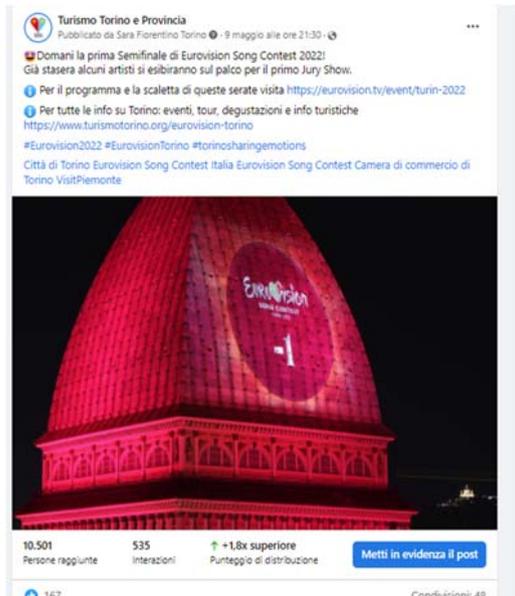
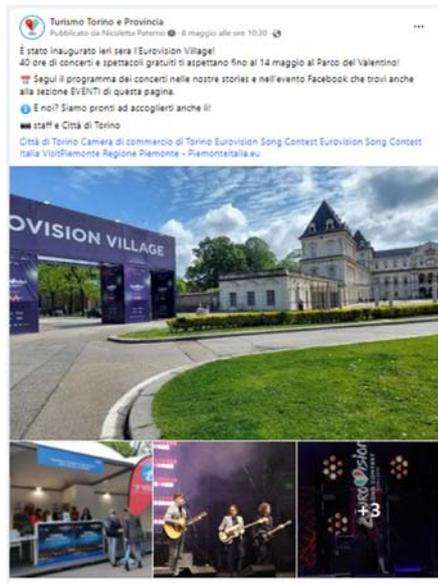
FACEBOOK

Posts reached 510,000 people and 49,013 interactions (including reactions to posts, comments, clicks on links and photo views - 879% more than in the previous period).

- The posts which recorded the most reach and engagement were certainly those relating to the turquoise carpet and the artists participating in the Contest, as well as the presence in town of Eugenio in Via di Gioia for the #MusicaOvunque project, organized in collaboration with IREN.



With regard to the information material, the most popular posts were the ones regarding the collaboration with Lonely Planet (28,000 people reached), the Eurovision Village (12,300 people reached), and the -1 to Eurovision, which included information for tourists (10,501 people reached).





The number of accounts reached over 250,000 people, with 18,600 registered followers and 232,000 new followers.

The reels of the Turquoise Carpet and the creators involved helped reach around 40,000 people, while the posts reached around 35,000.

37,900 FANS TO DATE FOLLOW THE PAGE

It is also worth considering the average age group, with 50% of engagements from people under 44 years old (28% in the age group 25-34 years old).

Overall interactions were 10,009.

The posts reached an average of 17,500 people and recorded over 500,000 impressions.

The 3 best posts



- Eurovision opening and press conference: 8,626 impressions, 675 likes, 11 saves

- Mole Countdown Eurovision: 8,320 impressions, 800 likes, 17 saves

- Instant song by the Norwegian contestants Subwoolfer, posted by the band record company: 16,4444 plays, 825 likes, 63 saves

STORIES: The publication in the feed was accompanied by an intense activity of posts and reposts in stories that followed the activities of the village on a daily basis. Posts also presented the offer for tourists and followed the artists: almost 200 stories reached 94,588 people (1,200 people on average per posted story).





3. NEWSLETTER:

Torino, What a Show! (sent at the end of April with box dedicated to Eurovision)

- Italian - 55,282 recipients
- English - 8,548 recipients
- French - 4,855 recipients

Eurovision Song Contest in Turin (newsletter on all the events related to the Eurovision Song Contest)

Users who received the DEM. 68.700

- Italian end customers - 55,818 recipients - open rate 23%.
- Italian institutional contacts - 275 recipients
- English end users - 8,507 recipients - open rate 26%.
- French - 4,855 recipients - open rate 26.5%.

The dedicated newsletter in Italian saw an increase in clicks of about 61% compared to the average. The most consulted boxes were:

Torino regala Torino: 42.5% - Eurovision Village: 11.5% - Eurovision Off Events: 10.3%

ACCOMMODATION FACILITIES IN TURIN AND PROVINCE: 1850 recipients

		NL Mensile MAGGIO	NL Speciale EUROVISION SONG CONTEST	TASSO DI APERTURA MEDIO
ITALIA (2)		55.282	55.818	23%
FRANCIA (9)		4.855	4.834	26%
UK (10)		8.548	8.507	26,50%
MUSEI			120 /	
GUIDE			80 /	
RICETTIVITA'			1.806	32%
		NL settimanale Welcome news Torino 7 e 8 maggio	NL settimanale Welcome news Torino 14 e 15 maggio	
ADDETTI AI LAVORI		42	42 /	
TOTALI	pubblico finale	68.685		
	istituzionale	242		
		68.927		



EUROVISION SONG CONTEST

TORINO

Il più grande evento musicale live del mondo, che raggiunge quasi 200 milioni di spettatori, si svolge al PalaOlimpico di Torino il 10, 12, 14 maggio 2022.

LEGGI



TORINO REGALA TORINO

ONLINE

In occasione dell'Eurovision Song Contest 2022 la famosa guida Torino Pocket di Lonely Planet è in free download solo per pochi giorni, dal 4 al 14 maggio, grazie alla collaborazione tra Città di Torino, Turismo Torino e Provincia e Lonely Planet. E per i turisti di lingua *inglesa e francese*? È possibile scaricare, sempre solo dal 4 al 14 maggio, la brochure Torino in tasca.

LEGGI



EUROVISION VILLAGE

TORINO

Dal 7 al 14 maggio il Parco del Valentino ospita un luogo di intrattenimento ad accesso gratuito e aperto a tutti: l'Eurovision Village. Il suo cuore è l'area spettacolo, attrezzata con palco e videowall, dove si alterneranno artisti e cantanti in gara. Due maxischermi permetteranno di assistere alla diretta delle semifinali di martedì 10 e giovedì 12 maggio e alla Finalissima di sabato 14 maggio.

LEGGI



EVENTI EUROVISION OFF

SEDI VARIE

Consulta il calendario degli eventi di Eurovision Off con le iniziative culturali, di intrattenimento e turistiche organizzate nel periodo dell'Eurovision Song Contest. Qui tutte le informazioni per vivere una straordinaria esperienza nella città che ospita uno degli eventi musicali più importanti al mondo.

LEGGI



THE SOUND OF ART

SEDI VARIE

Anche i Musei e le Residenze Reali tengono il ritmo dell'Eurovision Song Contest con diverse iniziative: aperture prolungate, tariffe agevolate per i possessori dei biglietti degli spettacoli al Pala Olimpico, visite guidate a tema ed esperienze uniche da non perdere.

LEGGI



GUSTA TORINO

SEDI VARIE

Ingredienti selezionati, prodotti tipici e creatività gastronomica nel **Platto Eurovision**: 4 assaggi di antipasti della tradizione ed un calice di vino piemontese proposto dai ristoranti aderenti. E per l'ora dell'aperitivo? I bartender della città ti aspettano nei locali aderenti per farti gustare uno dei **cocktail** appositamente creati accompagnati da un tagliere di salumi e formaggi tipici. Da non perdere anche l'**Extra Vermouth**, il vino aromatizzato di fine 1700 della corte del Savoia rivisitato in un'esperienza in chiave moderna.

LEGGI



TORINO BY NIGHT

SEDI VARIE

Di notte, la città con i suoi locali che nascono dal potente passato industriale sono oggi declinati in atmosfere cool and contemporary e sapranno farti apprezzare da chi ama vivere la notte. Dal 30 aprile al 14 maggio i locali aderenti offriranno una riduzione di almeno il 10% rispetto alle tariffe ordinarie per tutti i possessori del pass Eurovision e non mancheranno anche eventi speciali o proposte ad hoc per l'animazione delle serate.

LEGGI



DRIVE-TO-EVENT CAMPAIGN

A drive-to-event campaign was planned during the first two weeks of May, coinciding with the days of the event, with the aim of increasing the visibility of the events organised in the city and the tourist proposals designed to experience Turin to the rhythm of Eurovision.

- 95,000 text messages sent, more than 94,000 with an open rate of more than 99% and 11,761 clicks to Turismo Torino's Eurovision page
- 200,000 e-mails sent with an open rate of 9.53% and 784 visits to the page
- More than 700 impressions for the "BANNER", native and proximity campaigns, with 1,885 visits to the page.

Campagna	Timing	Invii	OR	Impression/Apertura	CTR	Click
SMS	6, 9 e 10 maggio	95.000	99,41%	94.437	12,45%	11.761
DEM	9 maggio	200.000	9,53%	19.065	4,11%	784
Nativity*	6-14 maggio	-	-	538.168	0,35%	1.885
Proximity*	6-14 maggio	-	-	254.252	2,13%	5.419
Totale				905.922	2,19%	19.849

* Aggiornamento all'11 maggio

CTR medio del settore:

SMS: 8/9%

DEM: 3/3,5%

Nativity: 0,25/0,30%

Proximity: 1/1,5%



10 - 12 e 14 Maggio

A Torino arriva la 66^a edizione di Eurovision Song Contest!

Pronti a vivere la città a pieno ritmo?

Abbiamo preparato per te una selezione di itinerari, eventi ed esperienze uniche per scoprire l'energia di Torino e dintorni.



EUROVISION VILLAGE AL VALENTINO

SCOPRI DI PIÙ



GUSTA TORINO: PROPOSTE A TEMA

SCOPRI DI PIÙ



EUROVISION OFF: TUTTI GLI EVENTI

SCOPRI DI PIÙ

LE PROPOSTE DEGLI OPERATORI PARTNER

SCOPRI DI PIÙ

LA NOSTRA OFFERTA NON SI FERMA QUI!

SCOPRI TUTTI GLI EVENTI

In più... Torino regala Torino!

La famosa guida Torino Pocket di Lonely Planet potrà essere tua: scaricala gratuitamente e lasciati condurre alla scoperta della città e dei dintorni!



TORINO regala TORINO



EUROVISION SONG CONTEST TORINO 2022

turismo Torino e provincia Official website

EUROVISION TORINO SHARING EMOTIONS

Vivi Torino a pieno ritmo!

Eventi, emozioni, sapori e tour tematici che ti porteranno alla scoperta della città. In più, fino al 14 maggio, Torino regala Torino: scarica gratis la Torino Pocket di Lonely Planet!

CONDIVIDI



SCOPRI DI PIÙ

CREATOR CAMPAIGN

A digital PR campaign was planned with national creators present on all social networks who possess well-defined artistic skills and peculiarities. Since TikTok is the Official Entertainment Partner of the Eurovision Song Contest, creators with a strong following on that channel were included in the selection, including for example Pietro Morello, former Ambassador of the City of Turin.

STORIES:

Tot media views: 151,844

Tot media accounts reached: 145,126

Tot interactions: 585

Tot click links: 200

REEL:

Tot views: 751,739

Total likes: 54,612

Tot comments: 790 - Tot saves: 110

