

ALLEGATO B

**SEZIONE MARKETING
ART. 33 C. 1 LETTERA A) L.P. 6/1999**

Rendicontazione dell'attività svolta Fondo unico per lo sviluppo dell'economia trentina

Sezione marketing | Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2022



a

Conoscenza del sistema

PAG. 3

b

Brand identity territoriale

PAG. 6



c

Indirizzo, sviluppo e coordinamento di prodotto e alleanze strategiche

PAG. 10

d

Digital

PAG. 16

e

Comunicazione

PAG. 20



f

Grandi eventi e progetti speciali

PAG. 31

g

Analisi e presidio dei mercati

PAG. 35



h

Sostenibilità e sviluppo territoriale

PAG. 42

i

Sponsorizzazioni ed eventi sportivi

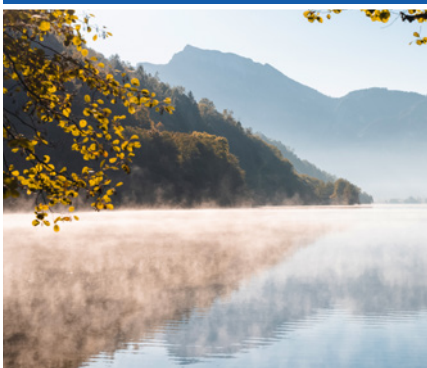
PAG. 46



j

Valorizzazione delle produzioni trentine

PAG. 56



k

Promozione del sistema culturale

PAG. 60

l

Sviluppo progetti interregionali

PAG. 63

m

Interventi a favore di specifici ambiti territoriali

PAG. 65

a

Conoscenza del sistema



PROGETTO: Monitoraggio conoscenza

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il processo di costruzione di un modello di raccolta ed uso delle informazioni finalizzato alla gestione del sistema turistico ad ogni livello, è proseguito nel 2022 spinto anche da reali necessità di accompagnare nei vari periodi, con informazioni molto attuali e pertinenti. La conoscenza come patrimonio collettivo del sistema turistico trentino è un concetto che si è concretizzato sempre di più anche grazie alle attività maturate nel 2021, rendendo gradualmente ordinari e stabili strumenti, fonti ed informazioni prima inesistenti o non disponibili. Il luogo e la sintesi di questo concetto risiede nello strumento Trentino Dashboard, il canale informativo che lega il sistema turistico trentino ai tre livelli: centrale (TM/PAT), territoriale (APT) e aziendale (operatore). Si è lavorato per integrare i dati di Vodafone, utili per avere una stima della reale pressione di domanda presente sul territorio trentino, ed aumentare i consorzi skipass che comunicano i dati dei primi ingressi. Inoltre si è continuato a sensibilizzare, anche tramite le ApT, gli operatori ad aderire al progetto Hbenchmark</p> <p>Configurazione del sistema per la gestione non solo dei dati delle strutture ricettive ma anche di altre tipologie (es. fornitori di servizi ed esperienze).</p> <p>Monitoraggio delle esperienze del mondo Guest Card con alerting su errori e inconsistenze lato TGP.</p> <p>Nuovi monitoraggi automatici: dati previsionali HBenchmark, indicatori TrustYou, primi accessi nuove aree sciistiche, previsioni Meteotrentino.</p> <p>Gestione dei dati secondo i nuovi ambiti nati dalla legge Failoni e allineamento fonti</p> <p>Miglioramento UX e sistema di notifiche Dashboard operatori.</p>	<p>Quasi 1.500 operatori che si sono collegati alla Trentino Dashboard (+50% rispetto 2021), di cui quasi un quarto più volte nell'anno. Oltre 100mila pagine visualizzate. Hbenchmark: 555 strutture collegate al sistema, di cui 462 con ddati affidabili. La maggior parte (391 strutture) sono collegate ad HB2. Una cinquantina i PMS integrati</p> <p>Integrazione dati Vodafone via API attivata nel 2022 con revisione ambiti / comuni. Verrà finalizzata nel 2023</p> <p>Pannello disponibile da maggio per il controllo dei dati passati alla TGP con la creazione di una prima versione di dati sui fornitori di esperienze che sono convenzionate al sistema Trentino Guest Card.</p> <p>Sempre maggiore è la capacità di sovrapporre ad un determinato soggetto o luogo i dati da più fonti. I dati presenti nella Dashboard sono filtrabili non solo per tipologia e data (giorno/mese/anno) ma per singola struttura, comune e ambito.</p> <p>Piccole migliorie dell'interfaccia grafica e possibilità di inviare notifiche ad APT e operatori (in fase di definizione tempi e contenuti)</p> <p>Visualizzazione ibrida ancora non disponibile ma creata l'aggregazione sui nuovi ambiti per supportare anche le funzioni di invio automatico e visualizzazione.</p>

PROGETTO: Studi di sistema

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Nel 2022 è stato avviato un progetto di collaborazione con l'università di Trento al fine di valorizzare al meglio le informazioni raccolte e individuare degli indicatori indiretti per stimare l'impatto del turismo sull'economia locale.</p> <p>Attività di supporto e analisi per il lancio del nuovo marketplace legato all'app Mio Trentino</p>	<p>Attività realizzate.</p>

PROGETTO: Analisi e monitoraggio mercati

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Monitoraggio della qualità dell'offerta Trentino tramite accordo con il canale review site Trust You</p>	<p>Trust You: 12 APT hanno aderito al progetto acquistando widget per il loro sito e i siti delle loro strutture. La diffusione del widget col punteggio TrustYou sui siti delle strutture è tutt'ora in corso. Il monitoraggio della diffusione a dicembre 2022 evidenzia 493 widget. (-1% 497 nel 22 - 325 col nuovo codice) Inserimento dei dati all'interno della Dashboard, per ora con gestione manuale. Versione automatica via API in fase di completamento.</p>
<p>Monitoraggio situazione mercati tramite contatti con Tour Operator (anche tramite Apt)</p>	<p>Proseguita l'azione di monitoraggio con compagnie aeree, aeroporti, Enit, istituzioni e partner al fine di analizzare la situazione nei Paesi di origine. Contatti con SAVE (aeroporti di Venezia e Verona), compagnie di trasporto aereo, bus e treni. Contatti con OTA principali (booking.com, expedia, airbnb). Monitoraggio mercati: ricevuti, processati e pubblicati tramite Suite quasi 100 report per monitoraggio di Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Rep. Ceca, Slovenia, UK, Irlanda, Paesi Bassi, Belgio, Russia e paesi baltici.</p>
<p>HUB Travel Trade. Si tratta di un vero e proprio "portale" totalmente in lingua inglese dove tour operator, agenzie di viaggio, travel advisor, OTA, possono trovare informazioni adeguate per progettare e pianificare proposte turistiche in Trentino.</p>	<p>La sezione, curata dal Team Travel Trade di Trentino Marketing, con il supporto delle APT del territorio, si presenta oggi ricca di novità e di contenuti pensati per accompagnare gli operatori del turismo internazionale nella creazione di pacchetti e proposte da offrire ai propri clienti. Il portale ha l'obiettivo di tenere sempre aggiornato il mondo del travel trade riguardo a nuove procedure, regolamenti, novità e di dare informazioni sugli appuntamenti trade internazionali dove è possibile incontrare Trentino Marketing, le Apt e gli operatori del territorio. Contenuto: Trentino at a glance, esperienze ed itinerari, fornitori locali. novità della stagione in corso, elenco strutture, Trentino trade kit, eventi, fiere, workshop e info per fam trip personalizzati.</p>
<p>TRENTINO SUITE Digital Hub, una sezione che offre contenuti, linee guida e strumenti utili per affrontare diversi momenti connessi a questa crisi (approfondimenti commerciali, proposte formative), una sezione che offre una panoramica sulla situazione socio-economica, politica e turistica dei maggiori mercati stranieri. E' un prodotto dinamico ed i contenuti aggiornanti costantemente in base all'evoluzione della situazione Covid19 (lockdown, post lockdown, ripresa e normalizzazione).</p>	<p>L'attività è stata effettuata. Attività aggiuntive svolte e nuovi contenuti gestiti nel 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restart : info ingresso situazione Covid- Green Pass, Prudenza in montagna, Custodi del bosco, Esercizio Maestri di sci; • Aggiornamento di Sales & Distribution: Le offerte - Strumenti di sistema: new Widget Grandi Eventi, Trentino Fishing, Outdooractive, Meteo & Webcam; • Campagne & Comunicazione: Materiali di comunicazione e campagne, Sito web & Social media; • Trentino Guest Platform: sezione Tools& Utilities + il Progetto; • Il canale Telegram TSuite ha raggiunto più di 722 iscritti.

b

Brand identity territoriale



PROGETTO: Editoria

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>A seguito di una mappatura relativa ai prodotti editoriali presenti sul territorio trentino e alle esigenze di comunicazione più rilevanti, a fianco dei tradizionali materiali istituzionali (brochure istituzionale, cartine, etc.) si studiano materiali che possano rappresentare in maniera trasversale alcune delle principali motivazioni di vacanza e una serie di prodotti editoriali specifici (stampa, tour operator, altri interlocutori). La Provincia, inoltre, intende proseguire il programma di revisione dei materiali di comunicazione a marchio Trentino, tra questi anche l'aggiornamento della brochure istituzionale Trentino oltre ad una serie di nuovi materiali editoriali, foto e video, anche alla luce nel percorso legato alla sostenibilità.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>In continuità con le azioni previste si è proceduto alla realizzazione di aggiornamento e ristampe dei materiali istituzionali destinati alla distribuzione in fiere ed eventi secondo un piano di produzione e distribuzione concordato e che recepisce le esigenze di aree/team aziendali. Si è, peraltro, provveduto alla realizzazione di una serie di strumenti editoriali utili alla promozione integrata di iniziative o motivazioni turistiche di rilievo.</p> <p>In Italia si è lavorato sulla valorizzazione di cultura e sport ed eventi culturali/sportivi quali Festival Economia, Festival dello Sport, Trendoc Festival, I Suoni delle Dolomiti e altri eventi sportivi estivi ed invernali di rilevanza nazionale o internazionale.</p> <p>Procede, infine, il progetto integrato di comunicazione della Trentino Guest card, con relativi materiali (mappa, foglio A4, creatività digitali) e il progetto Piste Ciclabili del Trentino con la produzione di cartografie e materiali ad hoc in accordo con la Provincia.</p> <p>Sono state infine sviluppate linee di prodotto destinate ad eventi B2B o B2C destinati alla commercializzazione quali Good Buy Trentino o presenze in workshop nazionali e internazionali. In quest'ottica si è scelto di avvalersi di formati editoriali ridotti, anche con l'ausilio di cartine, e con un trattamento grafico e fotografico più mirato ai target di riferimento.</p>

PROGETTO: Archivio fotografico e video

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto Trentino Visual: su questo fronte risulta sempre più forte la necessità di immaginare un progetto interaziendale che ragioni su strumenti e canali visual che possano comunicare il brand e i suoi valori attraverso un racconto virtuoso, fatto da immagini fotografiche e video realizzati da grandi professionisti. Parallelamente è necessario immaginare la migrazione di tutti i contenuti visual su una nuova piattaforma, tecnologicamente più al passo con i tempi e le necessità. Il 2022 ci vedrà quindi impegnati nella creazione di un archivio territoriale evoluto che possa diventare patrimonio di tutti gli stakeholder del territorio e ci metta in condizione di comunicare il trentino con maggiore efficacia ed efficienza.</p> <p>Tali attività sono funzionali alla produzione di contenuti foto e video da distribuire su tutti i canali di comunicazione legati al brand Trentino quali portale, materiali on e offline, campagne di comunicazione on e offline, eventi pr e fiere, etc.</p> <p>A questa attività si aggiunge quella di produzione di contenuti funzionali all'alimentazione della Trentino Guest Platform, che prevede lo sviluppo di una serie di contenuti a copertura delle varie anime, attività e servizi del territorio sviluppati nelle quattro stagioni.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Su questo fronte il 2022 ha visto crescere, anche dal punto di vista qualitativo, l'intervento di fotografi e film-maker di comprovata esperienza provenienti da Italia ed estero che, sulla scorta di quanto realizzato negli anni passati, hanno prodotto nuovi scatti e video in linea con il concept di comunicazione adottato, anche attraverso un approccio alla produzione multiformato e multicanale che permetta di acquisire materiale spendibile sui vari canali. Proseguono, inoltre, le importanti collaborazioni in campo fotografico con stakeholder del settore quali FujiFilm, al fine di poter costruire progetti fotografici e video con taglio e distribuzione internazionale.</p>

PROGETTO: Brand Identity territoriale

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Prosegue il programma di restyling e brandizzazione del settore mobilità e della segnaletica dell'intera rete ciclopedonale del Trentino, dei circoli vele e windsurf, Golf Club, scuole di sci, piste ciclabili e di eventi internazionali.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Anche sulla parte inerente il branding si sono realizzati, in autonomia o in collaborazione con la Provincia, in conformità a quanto indicato dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, una serie di brandizzazioni o strumenti di comunicazione aventi l'obiettivo di rafforzare la notorietà del brand dentro e fuori il territorio Trentino. Nello specifico, si sono realizzati aggiornamenti e ristampe di materiali editoriali istituzionali e tematici, video istituzionali e tematici, nuovo format di comunicazione della Pat, personalizzazione di: pensiline e nuova segnaletica mobilità, circoli vela e golf club del Trentino, etc, oltre ad aver adottato un nuovo format di allestimento per i grandi eventi sportivi. Si è inoltre proseguito nello sviluppo, su richiesta della Pat e in sinergia con quanto già fatto per altri settori, di un nuovo progetto di segnaletica coordinata e coerente con il brand legato alle piste ciclabili del Trentino che verrà applicato a partire dai primi mesi del 2023.</p>

PROGETTO: Stand e attrezzature espositive

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Attività di mantenimento delle strutture espositive a disposizione per soddisfare le esigenze di promozione del territorio nelle varie manifestazioni di interesse per la promozione territoriale. Nuovo concept e realizzazione nuove attrezzature espositive per le esposizioni fieristiche del settore enogastronomico.</p>	<p>L'attività è stata eseguita. Con il supporto del Servizio Ripristino della Provincia sono state costantemente realizzate le operazioni di manutenzione ordinaria delle varie strutture espositive che si rendono necessarie a seguito del loro intenso utilizzo. E' stato inoltre commissionato un nuovo concept per una struttura espositiva da utilizzare in occasione delle manifestazioni fieristiche per la valorizzazione delle produzioni trentine. Il nuovo stand è stato utilizzato a Dusseldorf in occasione di Prowein 2022.</p>

PROGETTO: Sviluppo Marca

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli obiettivi previsti dal PO 2022 prevedono le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attività di divulgazione avendo cura di coinvolgere le diverse dimensioni rappresentative del contesto territoriale (enti di sistema, aziende e professionisti del settore, associazioni, aziende potenziali concessionarie ecc.). • Gestione e continua manutenzione del sistema informativo procedurale on-line, funzionale alla divulgazione del ruolo del marchio ed alla fase di concessione di licenza d'uso. • Attività di monitoraggio dei casi d'uso in essere. • Attività straordinaria di formale informazione verso gli utilizzatori non autorizzati, adottando protocolli procedurali informativi standard, giustificati solo in fase di prima applicazione. • Attivazione nei casi necessari di procedure di tutela del marchio. • Coinvolgimento dei produttori licenziatari finalizzata ad una comunicazione coordinata del Marchio Qualità. 	<p>L'azione è stata effettuata. Nel corso dell'anno si è raggiunto il numero di 720 licenze d'uso per il marchio territoriale Trentino e di 28 licenze d'uso per il marchio Qualità Trentino. E' peraltro proseguita nel corso dell'anno l'attività di monitoraggio e consulenza all'uso del marchio Trentino, con particolare riferimento all'applicazione dello stesso sui materiali di comunicazione dei concessionari. Di norma vengono evase settimanalmente dalle 25 alle 30 richieste di informazioni sull'uso del marchio o di vere e proprie consulenze tecniche.</p>

PROGETTO: Segreteria Gadget

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per veicolare il marchio territoriale Trentino, è importante avere a disposizione gadget di diversa natura e valore da distribuire in occasione di manifestazioni fieristiche ed eventi organizzati direttamente da Trentino Marketing e dalle Istituzioni provinciali o in partnership con soggetti territoriali.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Si è provveduto all'approvvigionamento ed all'utilizzo di materiale per la promozione del marchio "Trentino".</p>

PROGETTO: Attività varie

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>a) Attività di promozione e visibilità in occasione di eventi e/o iniziative in grado di contribuire alla promozione e comunicazione dell'immagine e delle offerte del Trentino, nonché alla valorizzazione del territorio. b) All'interno di un progetto di divulgazione dell'immagine del Trentino si è reso opportuno stipulare con i titolari dei marchi di abbigliamento tecnico e attrezzatura per lo sci Montura e Vist, un accordo di collaborazione promozionale che preveda la comunicazione mediante l'uso in maniera abbinata dei rispettivi marchi e l'uso di abbigliamento personalizzato a doppio marchio che verrà utilizzato dai collaboratori della Società in occasione di incontri con la stampa/tv e iniziative di relazioni pubbliche con media o altri decision maker di settore.</p>	<p>L'attività è stata realizzata.</p>

C

Indirizzo, sviluppo e coordinamento di prodotto e alleanze strategiche



PROGETTO: Trentino Fishing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Realizzazione della web app Trentino Fishing che consentirà di attivare in digitale l'intera esperienza di pesca. La web app verrà realizzata insieme alle associazioni pescatori e presenterà tutte le possibilità di permessi presenti in Provincia, la cartine con tutte le acque e le zone di pesca, un comodo tool per segnare le catture una volta avviata l'esperienza e un back end ad uso dei guardiapesca.</p> <p>Revisione dell'iter di accreditamento per diventare Trentino Fishing Guide. Viste le numerose richieste di accompagnamento da parte di ospiti pescatori, soprattutto stranieri, si ritiene di facilitare l'ingresso di nuove guide ed verrà quindi avviato un percorso di accreditamento e selezione e nuove persone sono entrate a fare parte del gruppo "Trentino fishing Guide".</p> <p>Verrà revisionato il disciplinare delle strutture "Fishing Lodge" ed il sito web trentinofishing.it verrà ottimizzato.</p> <p>Prevista la ristampa della cartina delle acque del Trentino e la partecipazione alle fiere di settore.</p>	<p>L'attività prevista è stata svolta.</p> <p>E' stata effettuata la partecipazione alle fiere: EOS/European Outdoor Show - Verona 30 aprile - 2 maggio / Fiera EWF - Monaco 12-3 aprile.</p> <p>Inoltre effettuate iniziative attività di advertising su: FliegenFischen / Blinker / H2O Magazine / Peche Mouche / Vliegvisser.</p> <p>Per la parte social: nuova gestione pagina Facebook / Attività con influencer / Nuove rubriche "Spot on" e "Insider Tip" / Copertura mondiali di pesca a mosca a campiglio dal 18 al 24 luglio.</p>

PROGETTO: Club di prodotto

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Supporto e promozione a club di prodotto: Trentino in Moto - B&B di Qualità, rifugi, FAITA</p> <p>Attività di affiancamento ai club di prodotto e associazioni di categoria sia per la comunicazione del prodotto on/offline che per la crescita degli operatori attraverso strumenti di lavoro semplificati e momenti formativi/incontri mirati.</p>	<p>L'attività è stata svolta tramite le seguenti iniziative:</p> <p>Trentino in Moto: realizzazione e stampa di 16.000 cartine multilingua.</p> <p>B&B: realizzazione e stampa Brochure (IT 2.500, DE 1.500, EN 500) e Flyer Multilingue 3.500. Compartecipazione al convegno con i B&B di qualità dell'Abruzzo</p> <p>Rifugi - integrazione Tosc5/Feratel sul sito aprile 2022. Gruppi di lavoro specifici di supporto alla vendita</p> <p>Faita - survey per monitorare la conoscenza e impegno per la sostenibilità (sociale-economica-ambientale). Risposte da parte di 30 gestori di campeggi. Pianificazione attività promozionali</p>

PROGETTO: Inizio attività

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Selezione dei collaboratori. Il piano approvato prevede per l'area ATA l'assunzione di un coordinatore d'area e quattro referenti, uno per ciascuna ATA, con sede in Trentino Marketing. Le figure professionali richieste devono avere competenza in sviluppo territoriale e creazione di prodotti turistici.</p>	<p>Nel mese di gennaio è entrata in funzione la coordinatrice dell'area e nei mesi di aprile e maggio 2022 si è svolta la selezione dei 4 collaboratori ATA attraverso un percorso di individuazione suddiviso in fasi (screening curricula, primo colloquio, elaborato scritto, presentazione individuale, lavoro di gruppo). Al termine della selezione sono state individuate 6 persone idonee e tre di queste sono state assunte a partire dal mese di luglio. l'area ha potuto contare anche sul supporto di un tirocinante ora in contratto interinale per 12 mesi.</p>
<p>Redazione delle linee guida dell'area. Al fine di consentire un avvio corretto della progettualità ATA ed evitare investimenti non coerenti con le disposizioni di legge.</p>	<p>Il documento ufficiale è stato redatto nella primavera 2022 e condiviso con il Servizio Turismo della Pat, con il cda di Trentino Marketing, con il tavolo dei presidenti ApT e con i nuclei tecnici delle 4 ATA. Le linee guida sono state recepite e costituiscono ora l'assetto condiviso dell'operatività ATA.</p>
<p>Avvio nuclei tecnici 4 ATA.</p> <ul style="list-style-type: none"> Legge provinciale n° 8, art 13: Agenzie territoriali d'area. <p>Le agenzie territoriali d'area sono costituite nel numero massimo corrispondente a quello delle aree territoriali e sono collocate all'interno delle rispettive aree di competenza.</p> <p>Le agenzie sono dotate di un nucleo tecnico per le attività di proposta relative alla programmazione e alle azioni per lo sviluppo dei prodotti turistici in coerenza con le indicazioni programmatiche del sistema del marketing turistico provinciale. Il nucleo è formato almeno da un rappresentante per ciascun ambito coinvolto, nominato dalle APT sulla base di specifici requisiti professionali e per una durata che garantisca la continuità delle attività, e dal responsabile d'area indicato dalla società per la promozione territoriale e il marketing turistico del Trentino. Per i rappresentanti del nucleo tecnico non è previsto a carico della società alcun compenso o trattamento comunque denominato.</p> <p>Nel caso in cui il territorio di un ambito coincida con il territorio dell'area di riferimento, il nucleo tecnico è integrato da un ulteriore componente afferente ciascun ambito esistente ai sensi dell'articolo 8 della legge provinciale 11 giugno 2002, n. 8. La nomina del rappresentante del nucleo tecnico è demandata all'APT di riferimento del relativo ambito territoriale.</p> <ul style="list-style-type: none"> Delibera Giunta Provinciale n° 520/21, Art. 6: Nucleo delle Agenzie territoriali d'area. <p>Il nucleo tecnico, è individuato sulla base di specifici requisiti professionali in termini di conoscenza del territorio e del marketing turistico territoriale quali:</p> <ol style="list-style-type: none"> elevato grado di conoscenza del territorio e comprensione del destination management; capacità di approfondimento e valutazione delle opportunità di sviluppo del prodotto per l'area territoriale di interesse; capacità di progettazione e sviluppo di strategia e di prodotto turistico in base all'area di interesse; capacità di progettazione partecipata. 	<p>I nuclei tecnici delle 4 ATA si sono costituiti nell'estate 2022 e sono stati recepiti con atto ufficiale dalla PAT. Sono entrati nella piena operatività deliberando i primi investimenti e le progettualità per l'anno 2022.</p>

PROGETTO: A.T.A. Brenta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Carrying capacity e nuovi modelli di gestione.</p> <p>Nel territorio di ATA Brenta sono stati individuati alcuni hotspot caratterizzati, soprattutto in alcuni periodi dell'anno, da un afflusso turistico massiccio e incontrollato. Questa eccessiva pressione antropica determina ricadute negative a diversi livelli: i delicati ecosistemi dei luoghi ne risentono, l'esperienza di visita perde unicità e valore, la qualità della vita delle persone che vivono sul territorio si deteriora.</p> <p>ATA Brenta necessita di individuare delle modalità di gestione degli hotspot che permettano di regolamentare (controllare/limitare) l'accesso all'area attraverso la prenotazione online dei parcheggi, nonché infrastrutturare il territorio con un adeguato sistema informativo (legato sia alla disponibilità dei parcheggi, che alla modalità di prenotazione).</p>	<p>ATA Brenta ha definito di lavorare per il miglioramento dell'esperienza di vacanza in alta stagione con particolare riferimento ai seguenti 4 hotspot turistici: Lago di Molveno, Lago di Tovel Lago dei Caprioli e Vallesinella.</p> <p>Nel 2022 è stata avviata una fase di scouting sulle potenziali aziende in grado di effettuare lo studio dei luoghi individuati con l'utilizzo della metodologia della Carrying Capacity.</p>

PROGETTO: A.T.A. Brenta e A.T.A. Dolomiti

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Data Driven Destination.</p> <p>ATA Brenta e ATA Dolomiti necessitano attivare un sistema di raccolta dati che permetta di prendere decisioni informate sulla base di elementi oggettivi (dati) per aspetti specifici e concreti: sviluppo di prodotti, campagne di comunicazione/market e gestire sfide cui si trova di fronte la destinazione.</p>	<p>Il progetto è stato avviato.</p> <p>Nel 2022 sono state effettuate azioni di scouting sul tema, è stata fatta una ricognizione delle banche dati esistenti e oggi già presidiate e sono state verificate ulteriori nuove fonti dati da cui poter attingere informazioni importanti per una nuova pianificazione territoriale.</p>

PROGETTO: A.T.A. Dolomiti

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto di monitoraggio skibus.</p> <p>Il servizio di Skibus ha forte incidenza di investimento economico per le 3 APT e per questo si rende necessario monitorare gli accessi e l'utilizzo effettivo del servizio, tanto per giustificare con gli stakeholders del territorio l'investimento realizzato quanto per ottimizzarlo per le stagionalità future. Il progetto è in una fase avanzata e si prevede un beta test di monitoraggio per il ponte dell'8 dicembre così da procedere al monitoraggio della completa stagione invernale 2022-2023. L'ATA Dolomiti lavorerà in sinergia con altre aree interne a Trentino Marketing: Tourism Intelligence e IT&Infrastructure e in coordinamento con le 3 APT di Ambito. Tra fine 2022 e inizio 2023 si effettuerà la raccolta dati ed in primavera 2023 potrà essere fornito un riscontro alle APT.</p>	<p>Il progetto è stato avviato.</p> <p>Attraverso l'ausilio di diverse tecnologie (sensori contapersone connessi a servizi di georeferenziazione e telecamere contapersone) si è avviato un monitoraggio a partire dal 24 dicembre. Attraverso dashboard il servizio è costantemente monitorato ed a fine stagione vi sarà un momento di restituzione dei dati agli stakeholders coinvolti (Apt, Comuni, Società impianti di risalita).</p>

PROGETTO: A.T.A. Garda Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Posizionamento Garda Thermae. La chiusura attuale al pubblico di Garda Therme impone un ripensamento della struttura. Gli operatori del ricettivo dell'ambito chiedono un centro acquatico aperto tutto l'anno a supporto delle "belle stagioni". Il Comune di Arco, proprietario dei terreni adiacenti la struttura, è disponibile peraltro a valutare l'espansione delle terme se viene proposta un'offerta coerente ed efficace a supporto di una più ampia stagionalità turistica.</p>	<p>Il progetto è stato iniziato. Si è attivato uno studio in collaborazione con la società TT consulting e sono stati presentati alcuni primi risultati a novembre 2022. Lo studio proseguirà nel 2023.</p>
<p>Integrazione strategia di posizionamento dei territori armonizzati con APT Garda. ApT Garda già dal 2020 si è dotato di uno strumento di pianificazione territoriale in ambito turistico. L'ATA ha evidenziato l'esigenza di integrare questo documento con l'analisi dei nuovi territori integrati in ambito ApT ovvero Comano, Ledro e Valle dei Laghi.</p>	<p>L'attività è stata realizzata. Lo studio affidato alla consulenza di Brand Logic è stato effettuato, con la modalità partecipativa, ed ha coinvolto i territori della Valle di Ledro, Comano, e Valle dei Laghi. Il documento strategico è stato consegnato a dicembre 2022.</p>
<p>Riorganizzazione fruizione turistica del Lago di Tenno. Un sito che è diventato un vero e proprio "must" per la moltitudine di ospiti (nazionali ed internazionali) che frequentano la destinazione per periodi di vacanza e per escursioni giornaliere. Ciò ha portato una progressiva congestione dell'area (parcheggi, viabilità, accesso ai percorsi, raccolta dei rifiuti, etc.), con conseguenti difficoltà di gestione dei flussi stessi e delle componenti d'offerta. L'amministrazione comunale deve trovare oggi, con urgenza, nuove formule per gestire correttamente i flussi, con l'obiettivo di tutelare il patrimonio naturalistico del sito e renderlo fruibile alla comunità locale e turistica in modo efficace e funzionale. ATA Garda ha quindi deciso di investire per l'anno 2022 e 2023 in un progetto/masterplan per una nuova gestione del lago di Tenno. Per affrontare un progetto di questa portata è necessario mettere a disposizione una gamma di competenze eterogenee, capaci di osservare la tematica sotto diversi profili di attenzione. Spetterà quindi ad ATA Garda definire la cabina di regia del progetto e le relative modalità di coinvolgimento dei diversi stakeholder, attivando specifici accordi amministrativi e commerciali. Gli attori che comporranno il team di lavoro sul Lago di Tenno sono i seguenti: Ata Garda, Comune di Tenno, Apt Garda, TSM, società di consulenza e partner tecnici.</p>	<p>Il progetto è stato avviato e vedrà i suoi frutti nel 2023, sono stati selezionati e incaricati i partner e i primi risultati dello studio si avranno in primavera 2023.</p>

PROGETTO: A.T.A. Garda Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trail Park Brentonico - valutazione fattibilità.</p> <p>L'idea di investire in un nuovo Trail Park sul comprensorio sciistico Palsa/San Valentino nasce dall'esigenza di APT Garda di ampliare il proprio prodotto bike in quota, dal bisogno di Brentonico Ski di accrescere la fruizione estiva dei propri impianti di risalita e dalla volontà espressa da APT Rovereto Vallagarina e dal Comune di Brentonico di favorire lo sviluppo di un nuovo segmento bikers sull'altopiano.</p> <p>Dopo aver condiviso il progetto con tutti gli stakeholder, facendo emergere le esigenze di tutti anche nella loro comprensibile diversità, si è deciso di procedere avviando un primo studio di fattibilità che metta in luce le caratteristiche imprescindibili per un progetto di successo e l'impatto che questo avrebbe sul delicato equilibrio del territorio e della sua comunità.</p>	<p>Progetto avviato.</p> <p>È stato individuato il fornitore e avviato il processo che porterà alla consegna di uno studio di fattibilità per un nuovo trail park nei primi mesi del 2023.</p>

PROGETTO: A.T.A. Città, Laghi e Altipiani

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Certificazione GSTC.</p> <p>Nell'ambito dell'ATA Città Laghi e Altipiani è emerso nell'anno 2022 un macro-argomento di interesse delle APT; la sostenibilità.</p> <p>La volontà è di rendere i territori di riferimento "Primo distretto sostenibile del Trentino" grazie ad una certificazione secondo lo schema Global Sustainable Tourism Council. Questo significherebbe orientare anche i successivi investimenti verso la realizzazione di servizi turistici rispettosi dell'ambiente e delle comunità ospitanti (percorsi di trekking, di cicloturismo, eno-gastronomici con il comun denominatore della sostenibilità).</p> <p>GSTC è l'unica certificazione, riconosciuta in tutto il mondo, nata dall'esperienza di enti operanti nel settore come l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) e serve a garantire a livello internazionale la sostenibilità e la qualità dell'offerta turistica di una destinazione.</p> <p>APT Valsugana è stata la prima destinazione in Italia ad ottenere la certificazione e per questo oggi può svolgere insieme ad ATA un importante ruolo di facilitatore verso questo sfidante obiettivo, al contempo Valsugana, può già oggi concentrarsi sulla fase due di GSTC che prevede la certificazione delle strutture ricettive.</p> <p>Il percorso verso la certificazione inizia nell'autunno 2022 e prosegue per tutto l'anno 2023 attraverso azioni partecipative che vedono il coinvolgimento di numerosi stakeholders pubblici e privati.</p>	<p>Il percorso è stato avviato a novembre e nel 2022 si sono svolti gli incontri preparatori al processo che porterà a novembre 2023 all'audit di certificazione.</p>

d

Digital



PROGETTO: CMS

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Adozione di un Content Management System in grado di ospitare i contenuti delle Trentino Guest Platform in ottica headless.</p>	<p>L'attività è stata svolta. Implementazione della versione 2 del CMS headless basato su Adobe Experience Manager. Soluzione configurata e messa in esercizio per il territorio intero nella prima decade di Aprile 2022. L'attività ha rivoluzionato la gestione dei contenuti, delle immagini ed in generale degli asset digitali. Conclusa anche una configurazione di accesso e controllo da parte di utenti appartenenti a diversi raggruppamenti (es. APT) e con diversi livelli di accesso in termini di visibilità e funzionalità. L'evoluzione della piattaforma CMS è stata accompagnata, anche nella fase della sua adozione, da una reportistica automatica per la misura della qualità dei contenuti e del trend di miglioramento basata su KPI specifici. Adobe Assets confermata come piattaforma di gestione degli asset digitali per il 2023 (Progetto DAM aziendale e territoriale). Congiuntamente al lavoro tecnologico, è stata supportata l'area legale per la stesura della documentazione formale inerente l'accordo quadro tra TM e APT necessario all'utilizzo del CMS di piattaforma.</p>

PROGETTO: Customer Care

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Miglioramento delle performance del customer care. Implementazione di azioni evolutive che favoriscano la user experience degli operatori</p>	<p>L'attività è stata effettuata. È stata progettata e realizzata un Customer Care multilivello che prevede la centralizzazione di gestione dei diversi Customer Support Cases (ticket) su un unico livello di gestione centralizzato. Gli operatori di tale livello hanno il compito di delegare ai livelli sottostanti i ticket di competenza puramente turistica o altamente specialistici. È stato dato supporto nella stesura della documentazione formale e di processo a supporto della definizione dei contratti quadri e accordi tra TM e APT.</p>

PROGETTO: Mobility as a Service e mobilità privata

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Adozione di un servizio tecnologico per la gestione della Mobilità Pubblica sul territorio trentino</p>	<p>L'attività è stata effettuata. Sviluppo della soluzione tecnologica, della soluzione funzionale e di tutte le integrazioni tra piattaforma TGP e MaaS messa a disposizione da fornitura esterna. L'integrazione si predispone alla futura adozione di altre politiche di ricerca, impacchettamento e potenziale acquisto delle soluzioni di viaggio su TPL (trasporto pubblico locale). L'integrazione prevede l'utilizzo dei servizi di MaaS da parte dell'app Mio Trentino e si rende pronta all'utilizzo da parte di altre piattaforme, ad esempio portali turistici di ambito, visit trentino o terze parti che volessero offrire soluzioni di viaggio TPL in trentino.</p>

PROGETTO: Mio Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Sviluppo front-end nativo su app android e ios delle soluzioni UI/UX e di interfacciamento con TGP	L'attività è stata svolta. Programmazione ed integrazione della programmazione di sviluppo della TGP al fine di rendere effettivi i processi di gestione dei rilasci delle app in esercizio sugli store. Sviluppo delle tecnologie alla base dell'identificazione degli utenti, dalla registrazione alla login e alla profilazione. Supporto alla stesura delle parti formali e legali sottostanti alla gestione dei dati personali a norma e delle condizioni di utilizzo della app Mio Trentino. Gestione completa dei flussi di rilascio sugli store per garantire rilasci contemporanei e completi dal punto di vista normativo e informativo per l'utente.

PROGETTO: SSO & Identy Provider

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Impianto di una singola soluzione tecnologica per la gestione completa delle identità	L'attività è stata realizzata. Duplice valore portato con l'adozione di un singolo IAM (identity and access management) tool: gestione centralizzata degli account esterni, dati personali centralizzati, attività di marketing semplificate, azioni di profilazione centralizzate e predisposizione a una Customer Data Platform centralizzata sull'utente, quindi l'ospite trentino. IAM sviluppato sull'ultimo mese dell'anno per l'interazione definitiva in Mio Trentino, a seguire su Visit Trentino e con gli strumenti di gestione delle attività di marketing automatiche o semi-automatiche.

PROGETTO: Business Intelligence e Dati

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Predisposizione della tecnologia per analisi dei dati avanzata.	L'attività è stata svolta. Soluzione tecnologica indenticata ed opportunamente configurata. Rilascio al territorio nel mese di Novembre con la predisposizione di alcune dashboard di analisi generale dei dati raccolti con l'app Mio Trentino. Le dashboard saranno evolute secondo le esigenze nel corso dell'anno 2023 che vede al centro la tematica della data-driven destination. Le tecnologie messe a punto permettono l'interazione di sistemi terzi per la gestione a tutto tondo del dato, raccolto, collezionato o elaborato, dunque pronto all'interazione con una Customer Data Platform completa di tutte le funzionalità e garanzie attese

PROGETTO: Marketplace

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Disegno della prima soluzione progettuale di integrazione con INDACO	L'attività è stata realizzata. Disegnata e discussa la soluzione di integrazione funzionale tra TGP e INDACO, con il coinvolgimento della Mio Trentino come touch point per l'utente finale. Soluzione al vaglio di valutazioni negli ultimi mesi dell'anno 2022. Predisposizione delle bozze di architetture tecnologiche per lo studio di fattibilità e la pianificazione delle risorse necessarie alle integrazioni sull'anno 2023.

PROGETTO: Trentino Guest Card

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Nel corso del 2022 si è lavorato per garantire tutte le funzionalità TGC all'interno di Mio Trentino e centralizzato i contenuti dei POI. Inoltre si è continuato ad aumentare il numero dei PMS che integrano al loro interno la funzione di emissione</p>	<p>Sono quasi 6mila gli operatori del settore ricettivo abilitati all'emissione, in decisa crescita (+16%) rispetto all'anno precedente. Le nuove attivazioni riguardano prevalentemente il comparto degli alloggi ad uso turistico (dotati di codice CIPAT), dove il tasso di penetrazione è ancora basso e di poco superiore al 40%. Nel mondo della ricettività tradizionale la card è già da anni un patrimonio condiviso con oltre l'80% degli operatori già attivi. Oltre 850mila ospiti hanno ricevuto la card (+37% rispetto al 2021), la maggior parte dei quali (quasi il 70%) l'ha attivata digitalmente tramite Mio Trentino APP o la APP Trentino Guest card, in linea con gli anni scorsi. 250 mila ingressi a musei e castelli (+31% rispetto al 2021) non limitati alle sole eccellenze provinciali, ma estesi anche alle realtà di valle; quasi 470 mila passaggi sui mezzi pubblici. Una ventina i PMS integrati a fine anno.</p>

PROGETTO: Visit Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Ristrutturazione della piattaforma del portale di destinazione Visit Trentino e messa in esercizio della nuova versione X, propedeutica alla interconnessione con TGP prevista per l'anno 2023.</p>	<p>Progetto realizzato. Completato l'aggiornamento della piattaforma Pimcore a sostegno del portale VT. Introdotta e configurata nuova funzionalità a vantaggio del team di comunicazione e di gestione del portale stesso. Completata la migrazione alla nuova versione della componente DEMI per la gestione tecnica completa su VT delle offerte e dei prodotti turistici proposti dalle strutture ricettive. Eseguita normale manutenzione evolutiva e correttiva secondo le tempistiche concordate con il fornitore in aderenza alla pianificazione dei piani editoriali e delle attività di marketing aziendali. Eseguita analisi di fattibilità dell'interconnessione con TGP per la gestione condivisa degli utenti e dei contenuti.</p>

PROGETTO: Portale Istituzionale, grandi eventi e altri siti promozionali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Configurazioni, aggiornamenti e sviluppo di portali web e tecnologie in genere utili alla promozione di progetti territoriali.</p>	<p>L'attività è stata svolta. Messa in esercizio del nuovo portale istituzionale, aggiornamento dei back-end dei portali di progetto (es. Taste Trentino), introduzione dei servizi di gestione dei Cookies per web, introduzione su portale istituzionale del modulo software utili alla gestione dell'accessibilità da parte dell'utente, predisposizione dello stesso sistema per Visit Trentino (test di performance in corso nell'anno 2022). Supporto trasversale tecnico agli attori del territorio, quali APT e club di prodotto, nonché alle strutture aziendali quali organizzatrici dei grandi eventi o responsabili di progetti speciali.</p>

PROGETTO: Gestione operativa piattaforme trasversali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gestione piattaforme di sistema ad utilizzo interno ed esterno.</p>	<p>L'attività è stata svolta. Gestione operativa ordinaria degli strumenti aziendali per la gestione programmatica delle attività, per la gestione dei DB di utenti-email di accreditati o contatti aziendali, per la gestione delle configurazioni generali di sistema di tracciamento web e simili, per la gestione delle diverse integrazioni e configurazioni dell'ecosistema tecnologico aziendale.</p>

e

Comunicazione



PROGETTO: Incontri e conferenze stampa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Saranno organizzati incontri in Italia e all'estero per presentare progetti e iniziative relativi ai vari settori d'attività. Le redazioni nazionali saranno inoltre alimentate, anche attraverso una costante attività di PR, con contenuti "notiziabili". A tale attività si aggiungeranno le conferenze stampa locali relative a progetti, iniziative e contenuti sviluppati dalle varie Aree di Trentino Marketing.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Si elencano gli incontri/conferenze stampa realizzati all'estero ed in Italia nel corso dell'anno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACH: 4 incontri stampa a Monaco di Baviera, Amburgo, Berlino e Vienna (ca. 40 giornalisti) • PL: 4 incontri stampa a Varsavia (autunno e primavera) e Cracovia (autunno e primavera - n. 62 giornalisti) • CZ: 3 incontri stampa a Praga (autunno, primavera, presepi - n. 96 giornalisti) • UK: 2 incontri stampa a Londra (ca 40 giornalisti) • NL: 2 incontri stampa ad Amsterdam (ca 40 giornalisti) • Italia: 1 incontro stampa in presenza a Roma il 27 aprile (circa 25 giornalisti); <p>Si sono svolti inoltre numerosi incontri stampa individuali in occasione dei principali Festival organizzati sul territorio (Festival dell'Economia, Festival dello Sport, Trentodoc Festival) nonché durante la fiera WTM di Londra.</p>

PROGETTO: Agenzie PR

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Sui principali mercati esteri (D/A/CH/PL/CZ/NL/UK) il mondo dei media viene presidiato grazie alla collaborazione con agenzie PR specializzate nella comunicazione turistica che si confermano sempre più indispensabili per garantire una presenza puntuale ed efficace all'interno delle redazioni, per avere mailing list sempre aggiornate e per conoscere in tempo reale dinamiche e cambiamenti del complesso panorama dei media.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Sono proseguite le collaborazioni nei mercati target DACH, UK, NL, Polonia e Rep. Ceca con le agenzie di PR: Global Communication Experts, Lotus UK, Aviareps, Project77 e Travel Advance. Le agenzie garantiscono, oltre al monitoraggio costante dei mercati, l'attività classica di pr, di contatto con i principali media, l'organizzazione di incontri ed eventi con la stampa di settore ed il monitoraggio di rassegne stampa. Attività, quest'ultima, che rappresenta un importante strumento per disporre di una situazione generale della presenza e del posizionamento del Trentino sui media tradizionali.</p>

PROGETTO: Servizi e strumenti di supporto

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Press room / Sezioni stampa Le sezioni dedicate alla stampa, declinate nelle lingue dei vari paesi su cui opera Trentino Marketing, si dimostrano uno strumento sempre più strategico per alimentare di contenuti le varie redazioni e fidelizzare i rapporti con giornalisti di carta stampata, TV, radio e web. Rassegna stampa Un puntuale ed attento monitoraggio della presenza del Trentino sui media di carta stampata, radio, tv, web, in Italia ed all'estero, permette sia di misurare l'efficacia delle strategie di comunicazione messe in atto sia di verificare quali siano i temi, i progetti, i prodotti turistici che raccolgono maggiormente l'interesse degli operatori dei media e che sono quindi funzionali in un'ottica di comunicazione giornalistica.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Press room / Sezioni stampa Sezioni stampa nelle varie lingue con integrazione di nuove storie e di comunicati ad hoc. Lanci: <ul style="list-style-type: none"> • ITALIA: 30 lanci nazionali e 17 lanci locali più costante invio di informazioni mirate e contenuti ispirazionali per mantenere il contatto con le redazioni. • DACH: 22 lanci / PL: 10 lanci / CZ: 10 lanci / UK: 13 / NL: 13 lanci. Si aggiungono costanti invii di informazioni/video/ curiosità mirate per mantenere il contatto con le redazioni. Rassegna stampa: <ul style="list-style-type: none"> • ITA: oltre 19.000 articoli complessivi per un controvalore di oltre 111 mln di euro, di cui 1.169 articoli direttamente derivanti dalle azioni intraprese per un controvalore di oltre 26 mln di euro • DACH: 545 articoli (controvalore di 10.763,282 Euro) / PL: 1.997 articoli (considerabile aumento dei pezzi online - per un controvalore di 1.896.685 Euro) / CZ: 253 articoli (controvalore di 2.355.607 Euro) / UK: 227 articoli (controvalore di 887.770 Euro) / NL: 216 articoli (controvalore di 1.621.056 Euro). </p>

PROGETTO: Viaggi stampa e Progetti TV

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si organizzano viaggi stampa individuali e di gruppo rivolti a giornalisti nazionali ed esteri al fine di valorizzare peculiarità ed eccellenze turistiche delle quattro stagioni: da quelle sportive a quelle culturali, passando per l'enogastronomia, l'ambiente, ecc.</p> <p>Particolare attenzione sarà rivolta come sempre ad attirare sul territorio truppe televisive di programmi e contenitori ritenuti rilevanti per il rafforzamento dell'immagine del nostro territorio.</p> <p>Si supporteranno altresì viaggi stampa, organizzati da APT e ProLoco e soggetti altri, su temi e progetti condivisi.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Concluso il periodo pandemico, i viaggi stampa sono ripresi con i ritmi da pre-pandemia.</p> <p>Viaggi stampa:</p> <ul style="list-style-type: none"> Italia: 20 viaggi stampa individuali concentrati in estate, autunno e inverno + 1 shooting fotografico moda per una importante testata; DACH: 2 viaggi stampa di gruppo e 17 individuali / PL: 2 viaggi stampa di gruppo e 9 individuali / CZ: 3 viaggi stampa di gruppo e 6 individuali / UK: 2 viaggi stampa di gruppo e 6 individuali / NL: 3 viaggi stampa di gruppo e 8 individuali / Nord EU: 1 viaggio stampa di gruppo e 2 individuali. <p>Progetti TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> Italia: RAI 1 - Linea Bianca (1 puntata) + Linea Verde (1 puntata) + Linea Verde Tour (1 puntata) + Linea Verde Discovery (servizi all'interno di una puntata) + Uno Zecchino nella calza (girato nel 2022 andato in onda a gennaio 2023) / RAI 2 - Il Provinciale (1 puntata) / RAI 3 - Geo (diversi servizi) / Canale5 - Melaverde (7 puntate) / TG1-TG2-TG3-TG5-Studio Aperto-TG4-SkyTG24-Rainews - vari servizi / La7 - Bell'Italia in Viaggio + Eden (repliche) / Italia1 - Drive up (servizi all'interno di 3 puntate) + Cotto e mangiato (3 puntate) / Cremona 1 - Cosa Bolle in Pentola (3 puntate); Re. Ceca: Canale nazionale ceska Televize e canale Nazionale TV Prima PL: Canale nazionale Polsat programma sci - canale nazionale Polsat apertura stagione sci Fassa - canale nazionale TVN programma outdoor. NL: 1 su rete nazionale olandese (NPO2) - 1 replica (28/12) DACH: 3 progetti TV su reti commerciali e pubbliche nazionali.

PROGETTO: Trentino Film Commission

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Supporto a progetti televisivi/cinematografici, di particolare rilevanza per la promozione del territorio trentino in particolare sui mercati esteri.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Prosegue il rafforzamento della sinergia con la Trentino Film Commission che si è tradotta in un costante scambio di informazioni ed azioni di supporto, a livello logistico ed anche a livello di contenuti, ciascuno secondo la propria competenza.</p> <p>Tra le collaborazioni in corso si segnala una puntata di 4 Hotel che verrà idealmente girata nella primavera del 2023 ma la cui progettazione è iniziata nel 2022.</p>

PROGETTO: New Tale

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il progetto New Tale è un programma di studio, formazione, comunicazione e applicazione per la costruzione progressiva di un nuovo racconto sia per la promozione turistica che per lo sviluppo e la diffusione di una cultura scientifica tra le popolazioni residenti e gli operatori economici.</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>Nel 2022 il percorso laboratoriale di approfondimento delle strategie di comunicazione è stato suddiviso in gruppi di lavoro paralleli per perfezionare le capacità comunicative in ognuno dei canali attivati da Trentino Marketing, prestando particolare attenzione allo sviluppo dei contenuti nei diversi metodi di comunicazione: Social, Digital, Visual e PR media.</p> <p>Questo percorso formativo interno è stato sviluppato in 12 incontri a contenuto metodologico.</p>

PROGETTO: Trentino Nature Experience

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Nature Experience è un evento rivolto alla stampa internazionale e coinvolge sia il mercato nazionale che tutti i nostri mercati target. Si tratta di una "esperienza creativa" su un nuovo modo di viaggiare, più lento e arricchente con un focus su tutti i significati degli elementi naturali, come foresta/bosco/acqua e sugli altri aspetti valoriali del Trentino. Il format è un mix di attività di scoperta e di momenti di riflessione. Il periodo è quello delle belle stagioni.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Il viaggio stampa internazionale, realizzato anche con il supporto organizzativo dell'APT Val di Fiemme, si è svolto nella stagione autunnale ed ha visto protagonisti giornalisti provenienti da diversi paesi europei nostri mercati target (Italia, DACH, NL, PL, CZ, UK, NORDEU, Belgio), ed ha incluso anche la presenza di due Influencer (una tedesca e l'altra polacca). Il focus del viaggio è stato il tema del bosco, della natura, della biodiversità e delle relative politiche attivate dalla Provincia di Trento per il mantenimento e la cura del bosco stesso per un migliore equilibrio e qualità di vita.</p> <p>Numerose ed importanti le testate rappresentate: per l'area DACH il quotidiano austriaco Die Presse, i femminili tedeschi Petra e Für Sie oltre al prestigioso DAV Panorama; per la Polonia il quotidiano nazionale Gazeta Wyborcza, le riviste Wysokie Obcasy e Vogue, i siti online Twój-styl.pl e National-geographic.pl; per la Repubblica Ceca, invece, il principale portale d'informazione nazionale Idues, i siti web Zena.cz e Voxpot, il magazine Reflex; quattro testate olandesi presenti, fra cui il mensile sul mondo green Roots Magazine e Bergen Magazine sul turismo outdoor. Fra le testate inglesi, due influenti quotidiani online, The I (Independent) e Euronews (sezione travel). Presenti anche la rivista belga di vacanze Pasar ed il settimanale economico norvegese Kapital. Infine, per quanto riguarda l'Italia hanno partecipato giornalisti delle testate Il Giornale, Style, Corriere della Sera, Ilsole24ore.com, Telepadova 7Gold e D-Repubblica.</p>

PROGETTO: Campagne di marca e tematiche off-line

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>L'attività pianificata si svolgerà attraverso le seguenti progettualità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lancio campagna di marca in Italia e all'estero nei paesi focus, su stampa e tv/radio; • Lancio campagne tematiche su stampa e tv; • Curare i rapporti con le concessionarie di pubblicità, il Centro Media ed i gruppi editoriali principali, nonché organi di informazione sia in un'ottica di adv che in una attività di Pr. 	<p>Le azioni seguenti sono state regolarmente eseguite sia in Italia che all'Estero come di seguito dettagliate.</p> <p>INVERNO ITALIA:</p> <p>TV: Mediaset 5 settimane di Cartoline Meteo 30" + Billboard 10" (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)</p> <p>TV: Rai 1-2-3 Campagna tabellare in prossimità dei principali TG, 3 settimane, 167 spot 30"+ 15" e 15 spot 30", Campagna Tabellare in occasione dei Mondiali Qatar con 16 spot da 15", Coppa del Mondo di Sci Alpino (RAI 2 e Rai Sport) con 17 spot nelle maggiori competizioni Italiane, Product Placement in collaborazione con lo Zecchino D'oro da M. di Campiglio nel giorno della Befana</p> <p>TV: La 7 Campagna tabellare 2 settimane con 60 spot 30" - 15" fuori break.</p> <p>TV: Mediaset Campagna tabellare di 2 settimane con 63 spot da 30 e 15" in prossimità dei principali TG</p> <p>TV: DAZN Campagna tabellare di 70 spots da 15" in occasione delle partite di campionato di calcio</p> <p>TV: SKY Campagna tabellare di 2 settimane con 304 spots da 30 e 15" in prossimità di TG, Programmi sportivi e affini al nostro target</p> <p>Campagna stampa quotidiana + periodica 57 avvisi in doppia pagina tabellare + 20 pagine editoriali</p> <p>Principali testate: La Repubblica, Corriere della Sera, Il Messaggero, Il Giornale, QN, Il fatto quotidiano, Libero, Domani, La Verità Io Donna, D, G Magazine, Internazionale F, Vanity Fair, Elle, GQ, Wired, La Cucina Italiana, Grazia, HTSI, Sport Week.</p> <p>INVERNO ESTERO:</p> <p>TV: Eurosport Paneuropeo 121 spot da 30", 129 spot da 15" 1.216 billboard da 6", sponsorizzazione Coppa del Mondo di Sci + 8 Broadcast da 120" + 12 Broadcast da 60 "</p> <p>TV-PL: Campagna con 85 spot da 20" (70% in PT) su TVN</p> <p>TV - Slovenia: prima attivazione, Campagna tabellare con 170 spot da 20" (77%in PT) su SLO 1 e SLO 2</p> <p>Stampa publireddazionali: Germania 1 doppia pagina advertorial su Sueddeutsche Zeitung</p>

AZIONI

RENDICONTAZIONE

PRIMAVERA ITALIA

TV: RAI 1-2-3, Campagna tabellare di 2 settimane con 209 spot da 30-15"

TV: La 7 Cairo, Campagna tabellare di 2 settimane con 86 spot da 30-15"

TV: Mediaset 2 settimane di Cartoline Meteo 30" + Billboard 10" (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

Campagna Stampa quotidiana + periodica 26 avvisi ADV doppia pagina + 13 doppia pagina editoriale; Speciale di 48 + 4 pagine su Sport Week; 6 pagine redazionali su Dove.

PRIMAVERA ESTERO:

Stampa: (AT-DE-PL-CZ-NL) 16 avvisi - 52 pagine Advertorial

CZ: Stampa - Speciale redazionale di 50 pagine su National Geographic

ESTATE ITALIA

TV: Mediaset 6 settimane di Cartoline Meteo 30" + Billboard 10" (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

Campagna stampa quotidiana e periodica: 32 avvisi in doppia pagina, posizioni TOP - Principali testate: La Repubblica, Corriere della Sera, Il Messaggero, Il Giornale, QN, Il fatto quotidiano, Libero, Domani, La Verità, La Stampa Gazzetta dello Sport, Io Donna, D, Internazionale F, Vanity Fair, Dove, Avvenire, Style, Nat Geo Traveller + 26 pagine editoriali; creazione di una mappa di 4 pagine a sostegno dei Suoni delle Dolomiti, distribuita con Dove e tiratura nazionale Corriere della Sera

ESTATE ESTERO

Stampa: investimenti su formati publiredazionali nei paesi focus: DE-PL-CZ-NL-AT) per un totale di 24 avvisi per un totale di 84 pagine advertorial sui principali quotidiani e periodici femminili, Lifestyle

AUTUNNO ITALIA

Campagna Stampa quotidiana e periodica: 25 avvisi, posizioni TOP, 17 pagine editoriali - Principali Testate: La Repubblica, Corriere della Sera, Il Giornale, QN, Libero, La Verità, Il Sole 24h, Io Donna, D, Internazionale, Amica, Style, Tu, HTSI, Radici Cristiane; progetto cross-mediale con gruppo Sole 24h

Radio: Campagna su Radio Italia con 210 Spot 30" per 4 settimane a sostegno degli eventi autunno trentino

TV: RAI 1-2-3 Campagna tabellare per 2 settimane con 142 spot 30 -15"

TV: La7 Campagna tabellare per 2 settimane con 94 spot 30 + 15" fuori break

TV: Mediaset 5 settimane di Cartoline Meteo 30" + Billboard 10" (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

DAZN: Campagna tabellare 50 spot 15" in occasione del campionato di Calcio Serie A

AUTUNNO ESTERO:

Stampa: investimenti su formati publiredazionali nei paesi focus: DE-PL-CZ-NL-AT-UK) per un totale di 21 avvisi per un totale di 56 pagine advertorial sui principali quotidiani e periodici femminili, Lifestyle

TV: Eurosport Paneuropeo editoriale di 30' realizzato per l'evento X TERRA di Molveno trasmesso su Euro Sport 1-2 in fresh + 2 repliche

CAMPAGNE PER I FESTIVAL:

FESTIVAL ECONOMIA:

45 Avvisi su quotidiana e periodica nazionale. formato mezza pagina e doppia pagina ADV

TV: RTTR, 2 puntate di 24' dedicate al festival, 24 passaggi di 3'

FESTIVAL DELLO SPORT:

12 Avvisi su quotidiana nazionale. formato mezza pagina e doppia pagina ADV

12 Avvisi sulla stampa locale vari formati a sostegno di 24 pagine editoriali sull'Adige, 2 Avvisi di 4 pagine editoriale sull'Alto Adige

FESTIVAL TRENTO DOC:

29 Avvisi sulla stampa nazionale e locale, formato pagina singola

Radio: Campagne radiofoniche locali con 140 spot da 30" su Radio Dolomiti, Radio NBC, RTTR, Radio Italia anni 60.

TV: Campagna locale con 140 spot da 30" su RTTR, Trentino TV

DOOH: spazi locali: Via Brennero, Via Degasper, Via Petrarca con un totale di 12.600 passaggi.

PROGETTO: Comunicazione corporate

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per la promozione e valorizzazione delle attività realizzate da Trentino Marketing sul territorio provinciale si prevede di presidiare in modo continuativo e attento la comunicazione aziendale diffondendo le progettualità e le iniziative verso i media e gli stakeholders locali utilizzando diverse strategie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pianificazione mirata sui media locali (giornali/TV/radio/web) di publireadazionali e spazi advertising. 2. Organizzazione, in collaborazione con l'ufficio Media & PR e Area Grandi Eventi, di conferenze stampa locali ed eventi digitali. 3. Aggiornamento dei contenuti e immagini del sito corporate aziendale (www.trentinomarketing.org). 4. Alimentazione costante di "Trentino Review", piattaforma dedicata alla consultazione interna di una selezione di articoli stampa/web locale e nazionale. 5. Organizzazione di Conferenze Presidenti APT e Tavolo Direttori APT. 6. Supporto ed organizzazione delle sedute del Consiglio di Amministrazione. 7. Spedizione mensile della news letter interna TMnews per informare e coinvolgere gli attori del turismo e il territorio trentino, comunicando le attività, le iniziative e le strategie attivate per sviluppare e promuovere progetti di marketing territoriale e turistico sul nostro territorio e supportando il comparto turistico nelle strategie e azioni di commercializzazione. 8. Coordinamento, in occasione del ventennale di Trentino Marketing, del progetto per la realizzazione del sito web con un'antologia delle iniziative più significative. 9. Coordinamento della formazione-laboratorio aziendale base per approdare su LinkedIn in modo costruttivo per il lavoratore e per l'azienda. 	<p>L'azione è stata effettuata tramite le seguenti attività:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sono stati prodotti: 11 publireadazionali su Turismo&Ospitalità (ASAT), 3 su Trentino Mese, 11 su Trentino TV e 10 su RTTR/RTT la radio, 1 spazio banner annuale su l'Adigetto.it, una collaborazione con la trasmissione Tv "Fiammiferi". 2. nel corso del 2022 sono state organizzate le seguenti iniziative: 1° maggio a Trento ed il 26 luglio a Milano conferenze stampa di presentazione della 5° edizione del Festival dello Sport / il 12 aprile a Milano conferenza stampa di presentazione della 17° edizione del Festival dell'Economia / il 3 maggio a Trento conferenza stampa di presentazione de I grandi eventi sportivi del Trentino / il 5 maggio a Trento conferenza stampa di presentazione della 27° edizione de I Suoni delle Dolomiti / il 2 giugno a Trento inaugurazione della 17° edizione del Festival dell'Economia / il 22 settembre a Trento inaugurazione della 5° edizione del Festival dello Sport / il 7 ottobre a Trento inaugurazione della 1° edizione del TRENTODOC Festival / il 10 novembre presso il Palarotary di Mezzocorona 1° edizione di Trentino Campioni di Sport. 3. Sono stati inseriti testi e foto definitivi nel nuovo sito aziendale operando una revisione anche delle immagini delle varie sezioni, oltre a grafica ed architettura con la messa a regime del nuovo CMS. Il portale è stato messo online nel mese di giugno. 4. Nel corso dell'anno sono stati inseriti nella piattaforma circa 6.068 articoli selezionati stampa/web. 5. Sono state organizzate (in presenza ed in videoconferenza) le riunioni della Conferenza Presidenti APT (n. 1) e Tavolo Direttori (n. 2). 6. Nel corso dell'anno sono state convocate e gestite n. 21 sedute del Consiglio di Amministrazione. 7. E' stata predisposta e inviata mensilmente la newsletter aziendale "TMnews" a stakeholders e strutture ricettive del Trentino. 8. Nel corso dell'anno è stato effettuato un lavoro di raccolta e catalogazione delle principali attività svolte per la promozione territoriali dal 2004 ad oggi che verranno archiviate in un apposito sito aziendale. L'attività ha riguardato testi illustrativi, immagini, video ed allegati vari che sono stati predisposti per l'inserimento sul portale dedicato. 9. Nell'anno 2022, come primo step, si è resa necessaria predisporre una formazione base per tutti i dipendenti sulle specificità di Linked In e sulle sue potenzialità per l'azienda e per ciascun lavoratore. <p>Successivamente, sulla base della presenza su LinkedIn dei singoli e dell'interessamento durante la formazione, si è definito un gruppo di lavoro che sta mettendo a punto, con la facilitazione di Trentino Social Tank, la strategia, la tattica ed un Piano editoriale che dovrà essere realizzato nel corso del 2023.</p>

PROGETTO: Adeguamento piattaforme e strategie digitali a privacy cookiless

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Acquisire, settare e migrare le diverse piattaforme e definire una nuova strategia digitale basata su parametri e tecniche diverse inclusa AI e Machine Learning inclusi.</p>	<p>L'attività è stata realizzata.</p> <p>Nel 2022 sono stati migrati e aggiornati i sistemi di analytics e tracciamento in uso, configurando il nuovo ambiente Google Analytics 4 per visittrentino - e tutte le properties aziendali - in modo da poter sospendere i precedenti tracciamenti su Google Universal in linea con le disposizioni del garante. Il contestuale tracciamento Firebase, anche completato e affinato nel corso dell'anno, ci assicura un set di analisi propedeutico a una possibile unificazione degli ambienti di analytics per la misurazione integrata dei KPI. Abbiamo analizzato gli strumenti di marketing automation e definito una strategia di adozione e implementazione che verrà concretizzata nel 2023.</p>

PROGETTO: Comunicazione di prodotto

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Saranno previste una serie di attività di marketing verticali e focalizzate sul prodotto, fortemente connesse agli obiettivi strategici di sistema e di ciascun ambito, i cui contenuti saranno frutto di una stretta e necessaria sinergia tra Trentino Marketing, le ATA e le APT.</p>	<p>Le campagne tematiche sono state lanciate a livello nazionale e nei paesi target su tutti i canali digitali attraverso azioni finalizzate ad intercettare in rete gruppi di potenziali turisti e appassionati di sport, cultura, ed enogastronomia, montagna e profilati per passioni (bike, sci, trekking, ecc) attraverso profilazioni in tempo reale (in-target e in-market) con un mix di azioni di advertising e distribuzione contenuti basato sui dati quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Google GDN che permette di segmentare e profilare il pubblico a cui vogliamo esporre il messaggio per interesse; • Programmatic advertising: in coerenza con le passioni da promuovere sono stati promossi video e display specifici ad alto impatto su una rete di siti verticali con spazi in posizioni performanti; • Campagne sui social in particolare Facebook, Youtube, Instagram e Tik Tok con Video e caroselli; • Azioni di retargeting e prospect attraverso Facebook e Google. <p>L'aumento delle visualizzazioni di articoli tematici sulle esperienze da vivere in Trentino nel 2022 è stato del 21% per la lingua italiana, del 7% per quella tedesca e del 52% per la lingua inglese.</p>

PROGETTO: Campagna di marca

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Saranno definite le strategia e le tattiche per raggiungere ottimizzando il massimo numero di contatti identificando i formati adeguati (video, foto, canvas, landing page ecc) e i canali erogazione per raggiungere il potenziale cliente del Trentino.</p> <p>Tutte le azioni avranno come obiettivo specifico produrre notorietà (awareness) e aumentare il numero di persone raggiunte (reach) in primis in Europa fino ad arrivare alla "Consideration". Gli strumenti che verranno utilizzati, oltre ai canali propri della piattaforma, saranno principalmente i canali Social (Facebook e Instagram), Google, Youtube e network Native ads.</p>	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>L'obiettivo della campagna di marca è quello di mantenere alto interesse verso il Trentino e soprattutto raggiungere il più grande pubblico possibile. Facebook, Instagram e YouTube e magazine online sono stati i protagonisti delle campagna di marca. Queste azioni con una pianificazione granulare sono state affiancate da attività di programmatic advertising sui principali network italiani ed internazionali ed attraverso una forte partnership con Google. Risultato raggiunto: sessioni visitrentino.info: 11.310.226 +17% Utenti: 7.834.691 +17%; visualizzazioni di pagina 22.625.282 +9%</p>

PROGETTO: Attività UX (User Experience)

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>UX (User Experience) e UI (User Interaction) sono attività che lavora con il fine di ottimizzare l'esperienza utente e fornire più valore sia per il cliente che per il business aziendale. Si tratta di un lavoro di mantenimento del sito e di ottimizzazione costante. Molto del lavoro fatto su UX e UI è dedicato all'APP Mio Trentino.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Sono stati compiuti degli interventi di analisi e misurazione con il fine di migliorare il funzionamento e l'usabilità delle pagine del sito visitrentino.info e della app Mio Trentino, con particolare focus sullo sviluppo di quest'ultima. Sono stati in particolare sviluppati flussi ux delle nuove funzionalità implementate, come la sezione trasporti, o nel rinforzo di flussi da affinare, come l'attivazione della guest card.</p>

PROGETTO: Sito VisitTrentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Incrementare il traffico proveniente dai mercati internazionali, focalizzandosi particolarmente sul presidio efficace - in termini di visibilità ed ingaggio - delle chiavi di ricerche più popolari nelle sei lingue straniere di riferimento: olandese, polacco, inglese, tedesco, russo e ceco.</p>	<p>L'attività è stata svolta. Sono state ottimizzate le traduzioni nelle lingue estere, lavorando soprattutto sui flussi, con una notevole diminuzione dei costi e una minore dispersione di risorse (ore lavoro). L'attività è stata portata a termine anche in collaborazione con l'agenzia SEO Web Ranking per migliorare la presenza sui motori di ricerca delle principali destinazioni turistiche invernali. Si è inoltre lavorato, soprattutto in primavera ed estate, per analizzare le statistiche relative a vecchi articoli e, in base a questi dati, abbiamo aggiornato/migliorato/depubblicato vecchi contenuti. Sono state infine migliorate le schede di banca dati più visitate dai motori di ricerca.</p>

PROGETTO: New Tale

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per dare concretezza ad un nuovo racconto del Trentino e veicolare il tema della sostenibilità, il Piano Editoriale 2022 includerà un progetto redazionale dedicato al paesaggio trentino (focus acqua)</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Sono stati realizzati una serie di articoli che raccontano l'acqua nei suoi diversi aspetti (come paesaggio, acque termali, acque balenabili, ecc.). A titolo esemplificativo: Green Road dell'acqua / Silenzi d'acqua: due giorni in Val di Non / Laghi Bandiera Blu del Trentino / Cascade da scoprire / Focus sulle terme, stagione per stagione / Canyon e grotte del Trentino / Laghi alpini da scoprire a piedi / Passeggiate intorno al lago / Curiosità sui laghi del Trentino / Perché i laghi si ghiacciano? (speciale Dolomiti) / A passo d'acqua in Val di Non lungo i canali irrigui / Hotel vista lago, etc.</p>

PROGETTO: Promozione "Belle stagioni"

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni di promozione mirate a supportare l'aumento delle presenze durante le belle stagioni; autunno e primavera innanzitutto, ma anche l'inverno per il lago. Ridotte le campagne per le stagioni e i prodotti classici.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Per la promozione della primavera sono state pubblicate 61 Moodboard tematiche (13 in ITA, 12 in EN, 12 in DE, 8 in NL, 8 in PL, 8 in CS, 8 in RU), popolate con 552 articoli (104 in ITA, 96 in EN, 96 in DE, 64 in PL, 64 in CS, 64 in NL, 64 in RU). In primavera è stata introdotta la rubrica STORIE DAL TRENTINO, che racconta storie di persone, ognuna delle quali diventa un tassello che finisce col costruire l'identità del Trentino. Sono state inviate 5 newsletter con cadenza bisettimanale a tema primavera con focus sulle festività (Pasqua), sui ponti e sulle attività outdoor e benessere nella natura. E' stata altresì realizzato una nuova MB dedicata alla pesca, in ITA, EN, DE, con la realizzazione di articoli interessanti e completi dedicati alla pesca della trota salmonata, del salmerino. Gli articoli in italiano si sono indicizzati benissimo, balzando in testa alla SERP nel giro di pochi mesi. E' stata migliorata la sezione dedicata alla BIKE, prodotto di punta per i mesi primaverili, dividendo la MB in 4 MB tematiche, targhettizzate per comportamento dei fruitori. La vecchia MB generica da ora accesso a quattro MB: Gravity, Avventura (cicloturismo), Mito (road bike) e Leisure (ciclabili e passeggiate in bici). Il lavoro è stato condotto con la collaborazione delle APT capofila del mondo bike: Alpe Cimbra, Paganella, Val di Sole, Val di Fassa, Garda, San Martino. Per la promozione dell'autunno 2022 sono state preparate 69 Moodboard tematiche, realizzate 21 landing di campagna necessarie per veicolare al meglio i contenuti da promuovere. Sono state popolate le Moodboard con 392 articoli (ITA, EN, DE, PL, CS, NL, RU). Inviata 6 newsletter con cadenza bisettimanale a tema autunno con focus sui ponti (Ognissanti) e sui borghi e castelli, passeggiate nel foliage e benessere, grandi eventi (Il Festival dello Sport). Oltre all'invio della newsletter tradizionale, si è lavorato al sito del Festival dello Sport e alla MB dei Suoni delle Dolomiti, per promuovere al meglio le iniziative.</p>

PROGETTO: Cultura e Grandi Eventi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Supporto musei, borghi, sentieri culturali, iniziative cultura e grandi eventi.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Proseguita la redazione dell'articolo (solo in ITA) "Cosa c'è di nuovo al museo", che raccoglie e organizza le iniziative principali di musei e luoghi di cultura. Si tratta di un contenuto realizzato, stagione per stagione, con la collaborazione dei referenti di musei e istituzioni culturali del Trentino.</p> <p>Per quanto riguarda i Sentieri Culturali, è statao realizzato (in ITA, EN, DE) un articolo riassuntivo dell'iniziativa, necessario per inserimento dei Sentieri Culturali nelle MB (per evitare che dalla MB si atterri su un'altra MB)</p> <p>Inoltre, sono stati promossi i singoli sentieri culturali, nella MB cultura, scegliendo il sentiero più adatto in base alla stagione (es. scienza e natura in primavera, tradizioni in estate, castelli in autunno ecc.).</p> <p>Continua il lavoro sulla MB dei Borghi più Belli d'Italia con l'ottimizzazione delle schede dei borghi entrati a far parte dell'associazione, e con la creazione di nuovi itinerari di 2 giorni che vedono protagonisti i borghi new entry del 2022: Luserna, Pieve Tesino, Ossana, Borgo Valsugana (questi ultimi due itinerari sono in via di definizione).</p> <p>Inoltre si sono effettuati diversi focus su iniziative specifiche di ambito culturale:</p> <p>Primavera: Trekking urbani, Trenino dei castelli, Trento Film Festival, Mostra Depero e Mostra Katz al Mart, Parco Archeo Natura Fiaavè, Sentieri culturali (focus scienza e natura), Mostra Spettacolo, News musei, borghi;</p> <p>Estate: Brian Eno X Trentino, Festival dell'economia, Mostra Banksy al Palazzo delle Albere, Land art in Trentino, Suoni delle Dolomiti, Parco Archeo Natura Fiaavè, Sentieri culturali (focus tradizioni e focus storia e territorio), Mostra Spettacolo, News musei, borghi;</p> <p>Autunno: Castelli, Mostre e festival di autunno, Suoni delle Dolomiti, Brian Eno X Trentino, Mostra Michelangelo al MAG, Sentieri culturali (focus castelli), Mostra Spettacolo, News musei, borghi, Trentodoc Festival;</p> <p>Inverno: Dolomiti Ski Jazz, Paradice Music, Mostra Giotto e il Novecento, Mostra Dentro il Colore, Arte Sella, Sentieri culturali (focus arte moderna e contemporanea), Mostra Spettacolo, News musei, borghi.</p> <p>Come per tutti gli eventi pubblicati su VisitTrentino, anche gli eventi culturali sono stati importati e quindi divulgati e promossi tramite la app MIO TRENTINO.</p>

PROGETTO: Social Media Marketing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Apertura Canale TikTok.</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>L'account TikTok @visittrentino è stato creato all'inizio del 2022 per assicurarsi il dominio ufficiale. La pubblicazione costante dei contenuti video sulla pagina è iniziata il 25 aprile e il 17 giugno abbiamo ottenuto la spunta blu, simbolo di autorevolezza, credibilità e valore.</p>

PROGETTO: Influencer Marketing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Progetto Brand Ambassador.	L'azione è stata effettuata. Sono stati ingaggiati 4 elite influencer provenienti dai mercati DACH e ITA rappresentanti del mondo outdoor, lifestyle e family. I post sui loro canali social sono stati quasi 200 e sono stati visti 130 milioni di volte, raggiungendo quasi 5.4 milioni di persone.
Progetto Mid Influencer / Verticali.	L'azione è stata svolta. A supporto delle altre verticalità di progetto e di tutti i Festival e i principali eventi, sono stati ingaggiati altri 40 influencer provenienti dai principali paesi Europei che hanno raccontato la nostra destinazione e i vari progetti alle loro audience interessanti a diversi mondi: food, bike, economia, musica, neve, sci, vino, fishing, family. Grazie al loro lavoro il Trentino ha raggiunto oltre 21.5 mln di persone che hanno visto i contenuti prodotti 290mln di volte.
Evento lancio Primavera.	L'azione è stata effettuata. Per il lancio della primavera si è pensato ad un evento che valorizzasse e veicolasse i valori del territorio e della gente che lo abita. Sono stati ingaggiati 5 green & lifestyle influencer che hanno raccontato sui loro canali questa bella stagione. L'evento ha prodotto 280 contenuti, che sono stati visti oltre 5 mln di volte e raggiunto 1.2 mln di persone.
Evento lancio Autunno.	L'azione è stata realizzata. Per il lancio dell'autunno si è pensato ad un evento che valorizzasse e veicolasse i valori del territorio e della gente che lo abita. Sono stati ingaggiati 2 mountain & lifestyle influencer che hanno raccontato sui loro canali questa bella stagione. L'evento ha prodotto 100 contenuti, che sono stati visti oltre 15 mln di volte e raggiunto 250k persone.
TikTok Residency Project	L'azione è stata completata in modo diverso da quanto pianificato. Inizialmente, il progetto di creazione di contenuti TikTok prevedeva l'ospitalità di diversi creator che avrebbero vissuto il Trentino da veri locals per diverse settimane, in svariati appartamenti e su diverse del territorio. Ben presto però ci si è resi conto dell'impossibilità di proseguire su questa strada a causa dei costi che si sono rivelati elevati. Per cui, si è deciso di appoggiarsi ad un'agenzia di comunicazione esterna, specializzata in produzione di contenuti per TikTok e Gen Z e che fosse in grado di soddisfare i requisiti richiesti grazie alla community di talent internazionali presenti nel loro portafoglio. Si è quindi scelto di affidarsi a Mambo, azienda partner di TikTok, che è una content factory pensata per offrire una soluzione accessibile a tutti i Brand che necessitano di produrre contenuti video brevi per poter raccontare con nuove forme di linguaggio le proprie storie di marca, appoggiandosi a una community di content creator in grado di intercettare i gusti del pubblico. Assieme, sono stati prodotti 100 contenuti TikTok con 9 videomakers specializzati nella produzione di contenuti dinamici e ispirazionali.

PROGETTO: Promozione Terme

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Anche per il 2022 la strategia di comunicazione dei centri termali del Trentino, condivisa da Trentino Marketing e dall'Associazione Terme, si focalizza sul concetto di Natural Wellness: il territorio viene inserito nell'offerta dei centri termali e ne diventa parte integrante.</p>	<p>L'attività è stata svolta. Di seguito le attività on e off line messe in campo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione shooting fotografico per un totale di circa 70 scatti per ogni centro termale, a disposizione degli stessi • Comunicati stampa • Lanci stampa e attività di Pr nelle 4 stagioni con redazioni di testate turismo/femminili/lifestyle e quotidiani (circa 3.384 contatti per lancio) che hanno generato circa 11 uscite • Presenza sugli speciali e monografici Trentino (Il Giornale, QN Quotidiano Nazionale) • Presenza sul sito visittrentino.info (italiano, inglese e tedesco) nelle 4 stagioni con moodboard e articoli • Attività sui canali social: Facebook, Instagram, Twitter • Campagne digital: promozione su piattaforme Meta (Facebook, Instagram, Meta); display Adv; Google Ads, • Formazione specifica al gruppo Terme, tramite consulenza di G&A group, finalizzata a creare un ufficio marketing coordinato dei vari centri e alla creazione di prodotti turistici legati al benessere.

PROGETTO: Partnership Aeroporto Catullo Verona

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>All'interno del percorso Road To Milano Cortina si inserisce l'operazione di brandizzazione dell'area arrivi dell'aeroporto internazionale Valerio Catullo di Verona, e che vedrà il Trentino presente attraverso una comunicazione esperienziale e un progetto di brand diffuso nelle aree landside dell'aeroporto fino al 2026.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Prosegue la collaborazione con l'Aeroporto Catullo di Verona. Il progetto, attivato su indicazioni della Provincia, ha registrato il lavoro di manutenzione e revisione degli allestimenti presenti presso l'area arrivi dell'aeroporto con l'obiettivo di raccontare il Trentino attraverso le quattro stagioni, con un percorso di avvicinamento alle olimpiadi invernali.</p>

f

Grandi eventi e progetti speciali



PROGETTO: Concerto e tour Vasco Rossi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>La Provincia ha realizzato, in un terreno di sua proprietà sito nell'Area San Vincenzo di Mattarello (TN), una grande "Arena" per destinarla a concerti out-door in Trentino.</p> <p>La Provincia ha peraltro inteso iniziare l'utilizzo dell'Arena, e quindi inaugurarla, con un evento di assoluta importanza ed a tal fine ha pensato al concerto dell'artista Vasco Rossi, essendo il detentore mondiale del record di pubblico pagante, pertanto, di massima ed unica esposizione mediatica in tali eventi e, quindi, ritenuto il più idoneo all'inaugurazione di un'arena di grande importanza, che nell'occasione verrà presentata quale grande e speciale opportunità per tutta la regione e la sua popolazione.</p> <p>Il Trentino, considerato l'enorme seguito e visibilità dei concerti di Vasco Rossi, sarà inoltre sponsor del tour durante il quale verrà dato ampio risalto alle immagini ed al marchio territoriale.</p>	<p>L'azione è stata realizzata su indicazione della Provincia ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p> <p>Il concerto ha avuto luogo a Trento in data 20 maggio, Vasco Rossi ha aperto a Trento la stagione estiva dei grandi concerti in Italia inaugurando in quest'occasione nell'area San Vincenzo, a sud della città, anche la nuova venue destinata ai live, la Trentino Music Arena. Estesa su 27 ettari, l'arena progettata nel capoluogo trentino ha accolto, nel rispetto dei massimi standard di sicurezza, 120.000 fan da tutto il Paese, il più alto numero di spettatori in questa attesissima ripartenza della musica dal vivo.</p> <p>È stato un grande concerto in cui Vasco Rossi si è esibito per circa due ore e mezza accompagnato sul palco da 11 musicisti.</p> <p>Nel giorno 19 maggio ha avuto luogo la prova generale del concerto, dove hanno potuto prendere parte i fan più fedeli ed iscritti da tempo alla community.</p> <p>Il concerto 'Vasco Live' ha avuto una ricaduta di quasi 44 milioni di euro; un impatto economico totale generato in Trentino pari a 43,6 milioni di euro. Valore calcolato partendo dalla spesa effettuata dagli spettatori nei giorni dell'evento: circa 10,1-10,2 milioni di euro, cioè 82 euro di spesa media per ciascuno dei partecipanti al concerto del 20 maggio e della prova generale (19 maggio). Il dato si eleva secondo il Moltiplicatore dell'impatto economico (che dice che ogni euro speso ne genera 4,05 nell'economia). Ma da considerare c'è anche il valore della visibilità mediatica ottenuta dal Trentino e dalla città di Trento durante il concerto: 1,1 milioni di euro, di cui 915 mila sono stati realizzati attraverso i canali mediatici, tv, stampa, online, social e radio, mentre i restanti 198 mila sono frutto della visibilità presso il luogo dell'evento. Visibilità garantita in particolare dai social (per il 51%), seguiti da stampa (27%) e online (16%).</p> <p>Si sottolinea inoltre il ritorno mediatico registrato come sponsor del tour con l'acquisizione di spazi e servizi pubblicitari durante tutto il periodo del tour di Vasco Rossi, durante il quale sono state realizzate anche delle attività di valorizzazione nelle varie piazze dei concerti, dove sono selezionati TO, agenzie di viaggi, partner di rilievo per azioni di PR e sviluppo attività future.</p>

PROGETTO: Il Festival dello Sport

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival dello Sport ricopre un ruolo prestigioso nella proposta di eventi di questo tipo rappresentando di fatto un unicum grazie ad una proposta senza paragoni che coinvolge sportivi e personalità di spicco nel panorama sportivo internazionale. È diventato in pochi anni un'attrattiva turistica efficace per Trento e i territori limitrofi garantendo un'importante occupazione alberghiera ed un eco mediatico molto rilevante. Queste finalità strategiche per il Trentino sono possibili grazie ad una partnership molto forte con il gruppo RCS e La Gazzetta dello Sport con cui Trentino Marketing co-organizza il festival. È possibile dunque comunicare efficacemente un Trentino sportivo, dove l'attrattiva outdoor è avvalorata da un ambiente naturale ideale in cui le strutture sportive garantiscono una pratica sportiva sempre appagante. Anche in questo modo riusciamo a consolidare il legame tra sport e Trentino. Queste azioni non sono mancate nemmeno in epoca Covid dove le restrizioni hanno limitato le possibilità di spostamento ma non la proposta scientifica che ha permesso di non interrompere la comunicazione sul festival e il territorio.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Il Festival dello Sport 2022 ha potuto contare su un folto pubblico presente a Trento nella quattro giornate di kermesse. Il Festival ha celebrato a Trento i "Momenti di Gloria" con una presenza massiccia di personaggi legati al mondo dello Sport (oltre 300 ospiti). Questi ospiti appartenenti a dimensioni sportive delle più varie, uniti a specifiche azioni promosse in città come esibizioni, camp sportivi, mostre e incontri coi campioni, hanno permesso una vasta copertura sui media nazionali e internazionali di settore (nel Web sono state oltre 16 milioni le video views dei contenuti pubblicati sui canali ufficiali del festival). 50mila le presenze del pubblico che ha potuto partecipare in presenza, senza limitazioni legate alla Pandemia, al festival; una numerica tornata ai livelli pre-pandemici che ha riempito le sale, i teatri, le piazze durante le numerose attività outdoor, le mostre e gli appuntamenti più significativi.</p>

PROGETTO: Il Festival dell'Economia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival dell'Economia rappresenta da 17 anni l'appuntamento di maggiore spessore sui temi socioeconomici che caratterizzano i tempi moderni. La partecipazione pubblica e gratuita agli appuntamenti permette a Trento di aprire le porte ad un pubblico numeroso di visitatori, addetti ai lavori, ospiti di caratura internazionale e importanti testate giornalistiche. Il 2022 ha rappresentato un cambio nella cabina di regia con l'entrata in scena del Gruppo 24 ORE che nel ruolo di organizzatore insieme a Trentino Marketing per conto della Provincia Autonoma di Trento e con il contributo del Comune di Trento e dell'Università di Trento hanno proposto un palinsesto innovativo che ha saputo coinvolgere una platea molto trasversale.</p>	<p>L'attività è stata effettuata come da indicazioni della Provincia. Nel 2022, Il Festival dell'Economia di Trento ha celebrato la diciassettesima edizione confermando il successo della kermesse che nella nuova proposta scientifica ha ottenuto risultati molto positivi. Sono stati oltre 600 i relatori protagonisti nei 228 eventi in programma tra Festival, "Fuori Festival" (novità 2022), "Economie dei Territori", "Incontri con l'autore" e le dirette-evento di Radio 24. Tra il pubblico, tantissime le famiglie presenti, provenienti anche da fuori Trentino e una grande partecipazione di giovani, molti studenti universitari, ma anche di istituti di scuola secondaria superiore. Un festival ad alta tecnologia, con 66 eventi trasmessi in streaming dalla piattaforma dedicata, che consente anche di rivedere tutti gli incontri del Festival on demand, e rivolto in particolare ai giovani. Dal punto di vista mediatico, 369 i giornalisti accreditati, di cui 249 presenti a Trento e i 28 i Business Partner, cinque i media partner nazionali ed internazionali (EIEconomista.es, Financial Times, Rai Radio1, Rai Radio3 e Sky Tg24) oltre ai media del Gruppo 24 ORE (Il Sole 24 Ore, Ilsole24ore.com, Radio 24 e l'agenzia Radiocor) hanno garantito una copertura robusta in Italia e nel mondo.</p>

PROGETTO: Trentino Azzurro / Sviluppo talenti sportivi discipline olimpiche invernali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>La finalità del progetto Trentino Azzurro, concluso con la stagione 2021/2022, era quella di strutturare in Trentino una rappresentativa agonistica di punta per lo sci alpino e lo sci di fondo, capace di essere allo stesso tempo un efficace strumento di comunicazione per il Trentino. E' stato comunque confermato l'impegno della Provincia di sostenere i giovani talenti in vista delle Olimpiadi 2026. Per la stagioni 2022/23 - 2023/24 e 2024/2025 saranno messe a disposizione risorse finanziarie sia per le discipline dello sci che per quelle del ghiaccio per la valorizzazione dei giovani atleti.</p>	<p>L'attività è in corso di esecuzione. Si è concluso l'accordo per la stagione 2021/2022 sottoscritto a seguito di indicazioni ricevute dalla Provincia in esecuzione ad un accordo stipulato dalla stessa Provincia con la FISJ. Per la stagioni 2022/23 - 2023/24 e 2024/2025 sono state contattate sia la FISJ che la FISG per la presntazione di progetti per la valorizzazione dei giovani atleti in vista delle Olimpiadi 2026. FISJ ha presentato un proprio progetto che è in fase di contrattualizzazione. FISG invece, al momento, non ha presentato alcuna proposta. L'intervento è stato quindi realizzato in conformita alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Olympic and Paralympic Winter Games 2026

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Trentino sarà sede dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali nel 2026. Il percorso di avvicinamento ci vede impegnati con azioni promosse ed organizzate in collaborazione con la Fondazione Milano Cortina e con momenti proposti e gestiti dal territorio.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Nel maggio dello scorso anno la Fondazione Milano Cortina si è presentata per la prima volta al Trentino. Il roadshow denominato "I Giochi incontrano i territori", che ha toccato le province interessate dai Giochi, ha visto la nostra collaborazione per la realizzazione degli allestimenti e del momento conviviale. È stata l'occasione per conoscere i progetti, le opportunità e le attività che avrebbero caratterizzato l'anno e per instaurare relazioni. Da quel momento in poi è stato costante lo scambio di comunicazioni e l'invio di materiali, documentazione e informazioni. Non sono mancati i momenti di presentazione e confronto: dal workshop rivolto ai partner (Milano 16-17 giugno), alla tavola rotonda dei comunicatori (Milano 27 luglio). Relativamente alle azioni a supporto della comunicazione dei Giochi, sono stati realizzati dei banner in occasione del workshop "Good Buy Trentino" 4-7 dicembre Madonna di Campiglio e per le serate Sport di Cittadinanza organizzate dalla Provincia autonoma di Trento (18.11 Mezzana, 25.11 Riva del Garda, 1.12 Tesero e 9.12 Trento). Il Trofeo CONI, infine, la più grande manifestazione sportiva multidisciplinare d'Italia riservata agli under 14, che ha coinvolto le aree di Pinzolo, Campiglio, Val di Sole, Altipiano di Piné e Pergine dal 16 al 18 dicembre, è stata promossa come evento di avvicinamento verso il 2026.</p>

PROGETTO: I Suoni delle Dolomiti

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival I Suoni delle Dolomiti è da 27 anni la colonna sonora dell'estate trentina e la sua valenza emozionale e comunicativa, rilanciata anche dal riconoscimento, da parte dell'Unesco, delle Dolomiti quale patrimonio naturale dell'Umanità, confermano il suo ruolo strategico per la promozione del Trentino nel mondo. La bellezza delle Dolomiti e il loro essere un ambiente unico di relax, di scoperta, di salute, di educazione ecologica e anche di coerente e sano divertimento vengono valorizzati dal festival attraverso il rapporto virtuoso tra la montagna da scoprire camminando e la musica quale linguaggio universale e trasversale.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Il Festival "I Suoni delle Dolomiti" ha avuto luogo dal 22 agosto al 23 settembre rispettivamente in Val di Non, Val Rendena, Altopiano della Paganella, Val di Fiemme, Val di Fassa e San Martino di Castrozza-Primiero con la collaborazione delle 6 APT e di numerosi soggetti pubblici e privati del territorio (comuni, società impianti,gestori rifugi, corpi volontari dei vigili del fuoco, soccorso alpino, croce rossa, ecc). Il trekking e i 17 concerti in cartellone, dei quali ne sono stati recuperati due al chiuso per maltempo, hanno visto la partecipazione di un pubblico più giovane rispetto alle altre edizioni e complessivamente sono state circa 10.000 le persone che hanno assistito alla manifestazione. La nuova collocazione temporale del Festival, evento strategico per l'immagine della montagna del Trentino, si è dimostrata efficace anche nella costruzione del prodotto turistico incentrato su le "nuove stagioni".</p>

PROGETTO: Trentino Food Tales

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino food tales nasce dall'esigenza di far conoscere l'attuale cucina trentina (giovane, tradizionale, creativa, contaminata, etica) attraverso una modalità nuova ed accattivante. Gli chef stellati trentini hanno selezionato 35 giovani promettenti chef.</p>	<p>Il progetto è in corso di realizzazione. E' stata effettuata l'ideazione del progetto fotografico per la realizzazione di nuovi scatti riferiti a 9 giovani chef.</p>



PROGETTO: Comarketing TO mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Organizzazione fam trip	<p>Azione effettuata parzialmente. Non è stato possibile organizzare fam trip di gruppo per situazione ancora in cerca a causa del Covid (estero).</p> <ul style="list-style-type: none"> • FCSport Experiences (UK/Canada) 27-31.03 (Val di Sole, Val di Fiemme), 1 pax • Go Taiwan 1-5.04 (Val di Sole, Val di Fassa), 2 pax • European Mountains (Polonia), 18-22.05 (Val di Sole, Paganella, Alpe Cimbra), 1 pax • Memora Travel (Svezia) 19-23.07 (Trento, Valsugana, Val di Sole, Garda), 2 pax • Voyageurs du Monde (Francia), 17-18.09 (Trento), 3 pax

PROGETTO: Fiera ITB - Berlino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>ITB Berlino (marzo) è e Borsa del Turismo più grande a livello mondiale, con ca. 10.000 espositori più di 180.000 visitatori. Evento riserva 3 giornate al trade e 2 al pubblico. Questo appuntamento si conferma anche come evento mediatico di grande rilievo internazionale per i numerosi incontri in programma. E' prevista la presenza istituzionale di Trentino Marketing.</p>	<p>Manifestazione non effettuata per disposizioni Covid.</p>

PROGETTO: Altre Fiere B2B Mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione ad eventi fieristici nel mondo, riservati ad operato	<p>Azione parzialmente effettuata. La situazione delle manifestazioni fieristiche è rimasta incerta per gran parte dell'anno per la pandemia. Era inoltre prevista la fiera MITT a Mosca che è stata cancellata a seguito dello scoppio della guerra. E' stata effettuata la partecipazione ad una nuova fiera, la BITESP a Venezia, fiera del turismo esperienziale.</p>

PROGETTO: GBT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si intende proseguire nella proposta di di un grande "workshop provinciale", invitando direttamente gli operatori nazionali ed internazionali sul territorio. L'organizzazione, prevista a Madonna di Campiglio in dicembre, dovrà vedere il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino.</p>	<p>Azione effettuata. GBT si è svolto dal 4 al 7 dicembre 2022 con il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino. Alcuni dati della manifestazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 77 Tour Operator internazionali confermati, di cui oltre il 50% alla loro prima partecipazione a GBT • 27 paesi di provenienza con focus su alcuni mercati quali USA e Spagna e scouting su altri quali Emirati Arabi e Messico • 1.540 incontri business prenotati tramite piattaforma • 113 aziende trentine partecipanti fra operatori del ricettivo, dei servizi (socc. Impianti, scuole sci, guide alpine, soc. esperienze, ecc.) , ospitalità organizzata di settore (T.O. incoming, Agenzie, Club di prodotto, ecc.), rappresentanti dei territori (A.p.T e Consorzi).

PROGETTO: Fiera WTM - Londra

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla fiera WTM di Londra (7-9 novembre) rivolta a trade e stampa	Azione effettuata. Stand TM con co-exhibitor in ambito ENIT di circa 40mq. Presenti APT Campiglio e Alpe Cimbra e due DMC.

PROGETTO: Trade New Markets

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Mountain Travel Symposium Vail. E' il più importante appuntamento nordamericano del mondo sci e montagna. Più di 1.100 rappresentanti di oltre 35 paesi stabiliscono relazioni, costruiscono la propria attività, perseguono lo sviluppo professionale e creano una comunità montana più forte.	Azione effettuata. Presenti APT Fiemme, Alpe Cimbra e Campiglio. Organizzato group leader lunch con 130 invitati e partecipato a serata Ski.com

PROGETTO: Workshop B2B

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione a workshop online e in presenza per la promozione del prodotto Trentino per l'Europa e per i Paesi Scouting	<p>Azione effettuata con la partecipazione di Apt e operatori del territorio ai seguenti workshop:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Borsa dei Laghi 23/3-27/3 Desenzano • Discover Italy 7/4-8/4 Sestri Levante • LISTEX SASTEX 4/5-4/5 Londra • ITW NOVA 15/5-17/5 Desenzano • ITW Parigi 19/9 Parigi • Adventure Travel World Summit 3/10-6/10 Lugano • ITW Stoccolma 18/10 Stoccolma (S) • Workshop Spagna leisure 17/11 Madrid • ACE 18/11-19/11 Roma <p>Nessuna attività online nei mercati scouting nel 2022 ma, in collaborazione con Enit Cina, abbiamo predisposto e caricato dei contenuti per un Mini program WeChat, piattaforma promozionale con contenuti sui viaggi in Italia, itinerari e informazioni utili.</p>

PROGETTO: Mobilità / Flyski

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Sviluppo progetto: Definire all'interno del gruppo di lavoro e nei tempi utili per la promozione, le strategie e le azioni concrete relative al progetto (tratte, destinazioni, Paesi di provenienza, aeroporti) e mettere a conoscenza del progetto nuovi operatori italiani e stranieri.</p> <p>Promozione progetto: Realizzare locandine e pieghevoli comuni a tutti i soggetti da distribuire sul territorio e in occasione di fiere, workshop / Presentare il progetto nel corso di campagne pubblicitarie a mezzo stampa e via Internet / Stringere accordi di co-marketing con le compagnie aeree interessate dal servizio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in collaborazione con Apt, Unat e Asat sia per la stagione 2021/22 che 2022/23. Nello specifico, per la stagione 2022/23 sono state adottate queste azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vendita tramite Itabus e Flixbus; • vendita tramite Distribusion (Distribusion è una azienda tedesca con sede a Berlino ed offre una piattaforma tecnologica per la distribuzione dei trasporti via terra - in sintesi un HUB XML per transfer e shuttle) • Distribusion è anche un Marketplace B2B: +650 carriers (tra cui FlySki Shuttle) / 110 retailers <p>Modello misto di integrazione e incasso, delegato o indiretto e a Distribution: Vendita in combo sia con le prenotazioni del booking centralizzato di Trentino Holidays sia tramite gli uffici APT.</p>

PROGETTO: Comarketing TO Italia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno all'attività di Camp Giovani (6-18 anni) Estivi (multisport tematici , innovativi) di Sport Promotion (Experience Summer Camp) in Italia.</p> <p>Collaborazione con Trentino Holidays per realizzazione catalogo per agenzie.</p> <p>Co-marketing con il tour di Vasco Rossi</p>	<p>Azione effettuata. Dal 14 giugno fino al 20 luglio 2022 e poi dal 29 agosto al 4 settembre 2022 - organizzati più di 40 campi tecnici e tematici.</p> <p>Cataloghi inverno ed estate Trentino holidays:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione dello Speciale Trentino (16 pagine) inserito nel catalogo Inverno 2022-2023 di Trentino Holidays per la distribuzione sul mercato agenzie ITA. • cataloghi stampati in 50.000 copie distribuite nelle agenzie in circa 11.000 punti vendita <p>Nel tour di Vasco Rossi sono state realizzate delle attività di valorizzazione nelle varie piazze dei concerti , dove sono selezionati TO, agenzie di viaggi , partner di rilievo per azioni di PR e sviluppo attività future.</p>

PROGETTO: TTG

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia che si svolge ogni anno a Rimini in ottobre: è l'evento clou dell'anno per il settore, la fiera in cui tutta l'industria dei viaggi (nazionale e internazionale) si riunisce per contrattare, fare networking, attivare nuovi business, confrontarsi, trovare nuove idee.</p>	<p>Azione effettuata. Stand ad isola da 192 mq e quote agende a 24. Presenti 8 APT, 3 DMC, 3 catene alberghiere</p>

PROGETTO: BMT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla Borsa Mediterranea del Turismo (Napoli, 18-20 giugno). 4 workshop tematici: Turismo Sociale, Incentive e Congressi, Terme e Benessere, Incoming.	Azione effettuata. Stand di 96 mq con ospitalità e momento di incontro con il Napoli ed i giornalisti Presenti 1 APT, 2 DMC, 1 catena alberghiera, 1 consorzio (Skirama)

PROGETTO: Trentino Bike

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione eventi di settore all'interno del progetto Trentino Bike Zone e Bike Festival	Azione effettuata. 3 fiere Bike all'interno del progetto Trentino Bike in compartecipazione con Skirama, Garda, Fassa e San Martino di Castrozza: E Bike Days Monaco (22-24 aprile) / Riccione (2-5 giugno) / Bike Festival Rimini (9-11 settembre) Partecipazione con stand di 100 mq e Apt a <ul style="list-style-type: none"> • Bike Festival Garda Trentino (29 aprile-1 maggio)

PROGETTO: Fiera Vakantiebeurs

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht rivolta a trade e pubblico.	Azione non effettuata. La fiera programmata a gennaio 2022 è stata cancellata causa COVID.

PROGETTO: Fiere GAS B2C Mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alle fiere B2C previste per il mercato GAS: CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg, T&C Lipsia	Azione effettuata arzialmente. Fiere a cui si è partecipato: Brema, Lipsia, Norimberga. Cmt Stoccarda (15 - 23 gennaio), Oohh Reisen Hamburg (9 - 13 febbraio) e Free Monaco di Baviera (16 - 20 febbraio) cancellate causa COVID

PROGETTO: Altre fiere B2C NL

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Fiets en Wandelbeurs - Amsterdam per vacanza attiva/outdoor Bergsportdag - Utrecht per vacanza attiva/outdoor</p>	<p>Azione effettuata parzialmente. Fiets en Wandelbeurs (febbraio 2022): fiera cancellata causa COVID Partecipazione Bergsportdag con stand di 12 m , 4 desk. Presenti Skirama e 5 APT (Fassa, Fiemme, Smart, Valsugana e Sole)</p>

PROGETTO: Skipass

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si tiene annualmente a Modena ad inizio novembre. E' l'appuntamento Fieristico nazionale (B2C - B2B) di riferimento nel mondo degli sport invernali</p>	<p>Azione effettuata. Spazio Trentino all'interno della FIERA SKIPASS Modena dal 29 ottobre al 1 novembre 2022. Stand 18x14 all'interno del padiglione A di 252 mq Compartecipazione di 8 Apt rappresentanti l'offerta turistica e dei comprensori sciistici (Superski Dolomiti - Trentino e Skirama) . Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvolgimento diretto del pubblico.</p>

PROGETTO: Meeting Rimini

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Meeting di Rimini è da sempre è un evento molto ricco di appuntamenti, convegni che toccano temi di attualità dall'economia, alla scienza, all'istruzione al sociale. All'interno del Meeting vengono inoltre organizzate molte mostre.</p>	<p>Azione effettuata. Partecipazione alla 43a edizione del Meeting di Rimini dal 20 al 25 agosto 2022 con titolo "Una passione per l'uomo" con uno stand istituzionale di ca. 250 mq orientato alla promozione dell'offerta turistica invernale con focus sul prodotto famiglia.</p>

PROGETTO: DSLV, DAV

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): realizzazione di eventi in loco (seminari), collaborazione con le scuole di sci, veicolazione del marchio Trentino.</p> <p>Partnership con DAV: partecipazione Alpintag (ottobre), simposio (novembre).</p>	<p>Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): si è conclusa la collaborazione. Il contratto non è stato rinnovato.</p> <p>Partnership con DAV: nel 2022, oltre alle consuete attività previste dalla partnership, è stato realizzato il Bergführer Treffen (15-17 maggio) in Val di Non con circa 100 partecipanti (guide escursionistiche, guide alpine e guide bike DAV) con le seguenti attività: momento di formazione interna il 1° giorno + presentazione da parte di TM e Associazione Rifugi / attività sportiva nel pomeriggio / team building e attività sportive con gara di dragonboat il 2° giorno.</p>

PROGETTO: SITN

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Co-marketing con l'associazione di Maestri di Sci SITN: magazine, newsletter, banner, redazionali, ecc.</p>	<p>Azione effettuata</p>

PROGETTO: Altre collaborazioni e varie

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Collaborazione con Peter Schlickenrieder</p> <p>Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMST.</p> <p>Partnership Atta, Etoa, Alpnet, DSDW (Dein Sport - Dein Winter), Deutsch Bahn (summer & winter rail) e DSS (per inverno 21/22)</p>	<p>La collaborazione 2022 con Peter Schlickenrieder si è realizzata attraverso la presenza come testimonial del Trentino su materiale stampa, TV, blog, Meet & Greet, eventi. Schlickenrieder ha inoltre collaborato come opinion leader e testimonial durante i eventi sul territorio ed effettuerà promozione attraverso video e fotografie anche sui suoi canali social. Tra gli eventi che hanno visto la sua partecipazione segnaliamo: 1. Freeski-ride a Campiglio-Val di Sole- Marilleva "for younger people" dal 20 al 26 febbraio / 2. Spring Skiing in Val di Sole-Campiglio-Pinzolo dal 12 al 16 aprile / 3. Marcialonga cycling il 29 maggio in Val di Cembra - Pubblicato su Running Magazin / 4. dal 28 al 30 maggio presenze in Val di Fiemme per la promozione di "World Wellness Weekend" / 5. dal 14 al 18 dicembre Fiemme Langlaufcamp - Kommunikation su XC-Ski.de</p> <p>Attività effettuate AMST</p> <p>Collaborazioni confermate. Oltre ad ETOA, ATTA, Alpnet siamo soci anche dell'associazione Mountain Trade Network (MTN)</p> <p>Partecipazione al progetto "SummerRail" sulla piattaforma di prenotazione http://www.summerrail.eu/ in cui vengono promossi 5 ambiti del Trentino, con descrizione dell'ambito, informazioni relative alla mobilità in ingresso e in loco, link di prenotazione collegati a Feratel per i singoli territori.</p> <p>Partecipazione a Dein Winter. Dein Sport. Summit che si è tenuta a Berchtesgaden (06.-07. ottobre 2022).</p> <p>Attività DSS confermata</p>

h

Sostenibilità e sviluppo territoriale



PROGETTO: Trentino Tree Agreement

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Tree Agreement è la raccolta fondi gestita dalla Provincia autonoma di Trento per ripristinare i boschi andati distrutti in seguito all'anomala ondata di maltempo di fine ottobre 2018. Il progetto è nato nel 2019 dal forte impulso dei residenti e dei privati che hanno vissuto l'evento come una vera e propria ferita e dalla volontà di riforestare le zone maggiormente colpite da questo evento estremo.</p> <p>Attraverso la donazione è possibile contribuire alla crescita di uno o più alberi che vengono piantati all'interno delle foreste demaniali. Così, da un pensiero che ha contraddistinto la collettività, è germogliato l'esercito di sostenitori che sta contribuendo alla crescita di uno o più alberi piantati all'interno di tre foreste demaniali: Foresta dei Violini di Paneveggio (26,4 ettari), la Foresta dell'Eremo a San Martino di Castrozza (20,5 ettari) e la Foresta Nascosta di Cadino (25 ettari).</p> <p>Le donazioni sono impiegate in parte per la sistemazione del terreno, la costruzione dei recinti e in parte per la piantumazione delle nuove piante nell'area denominata "Costa Bocche" della Foresta demaniale di Paneveggio.</p> <p>Nel 2022 si mantengono gli obiettivi generali del progetto, puntando sul loro consolidamento, rafforzando la partnership con le aziende donatrici e sviluppando maggiormente l'elemento della sostenibilità ambientale in relazione alla dimensione economica e sociale del nostro territorio.</p>	<p>L'attività è stata realizzata e continuerà nel 2023.</p> <p>Il sito viene costantemente aggiornato nei contenuti e, mensilmente, viene pubblicato un articolo illustrativo. Viene inviata periodicamente la newsletter a tutti gli utenti.</p> <p>Le donazioni nel 2022 sono state 320 ed i fondi raccolti sono stati circa 55.000. Si sono svolte 9 visite per i donatori con circa 150 persone e sono state organizzate 4 visite ad hoc per aziende. E' stato inoltre sottoscritto un accordo tra TM, PAT e Fondazionealberitalia.</p> <p>E' stata effettuata anche la partecipazione alla Fiera Ecomondo.</p>

PROGETTO: Gruppo Sostenibilità APT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Mappatura azioni e progetti sostenibili svolte da APT</p> <p>Il progetto coinvolge un gruppo di 6 APT che hanno già sviluppato temi di sostenibilità: APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, APT Valli di Sole, Peio e Rabbi, APT Dolomiti Paganella, APT Alpe Cimbra, APT Madonna di Campiglio, APT Valsugana.</p> <p>Trentino Marketing ha svolto un'indagine sulla situazione, in termini di sostenibilità, delle Aziende di Promozione Turistica (APT) del territorio trentino. L'indagine è stata condotta sottoponendo alle APT un questionario da compilare in cui venivano affrontati più punti riguardanti da una parte, la sostenibilità interna alla struttura (promozione della mobilità sostenibile, condizioni di lavoro dei dipendenti, pratiche di sostenibilità interne agli uffici, ecc.); dall'altra la sostenibilità nei confronti del territorio (promozione di eventi, progetti per l'inclusione e l'accessibilità, esperienze laboratoriali, iniziative contro lo spreco alimentare, ecc.).</p>	<p>Attività realizzata.</p> <p>Avvio di un programma condiviso con il territorio per: aumentare la comunicazione di storie reali e positive che parlino di sostenibilità in Trentino / favorire la sensibilizzazione a temi trattati marginalmente come l'ospitalità accessibile e la mobilità alternativa / ideare un progetto a partire dalla presenza sul territorio di esperienze interessanti, uniche e identitarie da espandere sul territorio / elaborazione di un questionario e somministrazione alle 12 APT e relativa repository.</p> <p>E' in fase di elaborazione una nuova fase con sviluppo di un nuovo questionario rivolto ai turisti e alle strutture ricettive.</p>

PROGETTO: Task Force

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gruppo per sensibilizzazione e divulgazione informazioni in tema di sostenibilità e di orientamento.	Condivisione idee progettuali. Creazione di 5 gruppi per approfondimenti tematici: 1. accessibilità allestimenti negli eventi 2. TTA 3. Accessibilità (T Suite) 4. Sostenibilità APT 5. Sostenibilità interna

PROGETTO: Superpark

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Iniziativa di sensibilizzazione per scoprire le bellezze del Parco Naturale Adamello Brenta.</p> <p>Dopo il successo ottenuto nelle precedenti 2 edizioni, il progetto "SuperPark. Scoprire le bellezze del Parco Naturale Adamello Brenta", sarà riproposto nuovamente nel corso della prossima estate.</p> <p>Il progetto si prefigge l'obiettivo generale di valorizzare il territorio del Parco Naturale Adamello Brenta, attraverso una serie di appuntamenti culturali accessibili a tutti e volti ad esaltare l'estetica del paesaggio e la cultura ambientale.</p> <p>Il Parco offre infatti scenari unici al mondo e con questo progetto si vuole avvalorare l'esistente e far emergere anche gli aspetti sociali e culturali del Parco stesso, nel rispetto dell'ambiente.</p>	<p>Attività effettuata.</p> <p>Produzione di materiale promozionale e supporto alla comunicazione. Proiezione di 11 film a impatto zero sotto le stelle ai limiti del bosco e 7 escursioni con accompagnatori straordinari.</p>

PROGETTO: Festival dell'Economia 2022

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Trentino ha avviato un percorso di responsabilità sociale (si veda la Strategia Provinciale per lo Sviluppo Sostenibile) per rendere meno impattanti dal punto di vista ambientale, economico e sociale le presenze turistiche sul territorio, anche in occasione dei grandi eventi. Si tratta di un processo che coinvolge le istituzioni pubbliche, le associazioni turistiche, tutte le categorie economiche e che necessita dell'impegno dell'intera comunità.</p> <p>Per il Festival dell'Economia si è scelto di focalizzare questo impegno su alcuni pilastri dell'Agenda 2030 sullo Sviluppo Sostenibile, tra i quali l'energia, l'acqua e i rifiuti senza dimenticare l'attenzione verso la mobilità alternativa e l'economia circolare (goal 6 Acqua pulita e servizi igienico-sanitari, goal 7 Energia pulita e accessibile, goal 12 Consumo e produzioni responsabili).</p> <p>Per documentare questo impegno TM ha scelto di essere oggetto di una "Dichiarazione di valutazione" da parte di un organismo esterno (RINA).</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Percorso di certificazione per l'ottenimento della Dichiarazione di Valutazione secondo gli SDGs per diminuire l'impatto delle attività del Festival sulla città e sui residenti. Gli SDGs scelti sono: GOAL 6-7-12.</p>

PROGETTO: Giornate Mondiali della Terra e dell'ambiente

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le giornate mondiali (o internazionali) sono delle ricorrenze che si ripetono annualmente su scala mondiale. Ogni anno, in ogni nazione, vengono organizzati degli eventi speciali in occasione di una particolare giornata mondiale.</p> <p>Le giornate mondiali sono quelle approvate dall'Organizzazione delle Nazioni Unite - ONU, e nascono soprattutto per sensibilizzare governi e cittadini su argomenti specifici. Questi argomenti possono riguardare: Giornate mondiali per tutelare l'ambiente / gli animali / gli esseri umani / a ricordo di eventi drammatici.</p> <p>Di queste categorie fanno parte alcune giornate mondiali ancor più specifiche, e cioè che si occupano di un argomento specifico: Giornata mondiale per proteggere un elemento naturale / una singola specie a rischio estinzione / fragili comunità rurali.</p> <p>TM per promuovere e sensibilizzare sul tema della sostenibilità si è impegnata a realizzare due video.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Sono stati realizzati due video in occasione della Giornata mondiale della Terra 22 aprile 2022 e Giornata mondiale dell'ambiente 5 giugno 2022. Il primo video ha visto come protagonista uno chef che ha coniugato la cucina e la natura intesa come biodiversità mentre il secondo video il focus è stato il pianeta come Patrimonio forestale, valore del territorio nella quale la comunità è immersa e la cultura di questo popolo attorno hanno permesso di costruire un progetto di sviluppo locale legato alla filiera del legno e la produzione di energia.</p>

PROGETTO: DOTS Design dell'offerta turistica sostenibile

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Percorso di formazione nelle scuole ad indirizzo turistico.</p> <p>Trentino Marketing e Gardascuola si sono impegnati a promuovere iniziative tendenti a costruire un più stretto e continuativo rapporto tra di loro, coinvolgendo opportunamente le proprie risorse professionali con gli obiettivi di rafforzare la collaborazione promuovendo una progettualità innovativa condivisa, promuovere negli studenti una migliore conoscenza della realtà economico-turistica del territorio, diffondere l'interesse verso la cultura di un turismo sostenibile, avanzato e attento alle dinamiche nazionali e internazionali, stimolare negli studenti la capacità di azione in ottica di valorizzazione delle potenzialità e propensioni personali e promuovere lo spirito di iniziative e di innovazione, anche in funzione della creazione d'impresa.</p> <p>Gli obiettivi di cui sopra vengono perseguiti attraverso la definizione di un'apposita programmazione specifica per definire strumenti opportunamente adattabili e personalizzabili affinché gli obiettivi possano essere raggiunti. In particolare, il corso di formazione "Design dell'offerta turistica sostenibile" si pone come obiettivo la formazione di operatori esperti nell'ideazione, progettazione, gestione e sviluppo di prodotti turistici integrati e sostenibili.</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>Sono stati organizzati 7 incontri, tra novembre e maggio, che hanno visto coinvolti i docenti, esperti del MUSE, dell'APPA, di STEP e alcuni professionisti del territorio in rappresentanza degli operatori del territorio.</p> <p>L'intento è quello di rispondere alla crescente richiesta da parte dell'intera filiera turistica di inserimento di nuovi professionisti del turismo in grado di supportare la crescita e l'innovazione del settore alla luce delle istanze che emergono tanto dal cambiamento delle regole del gioco quanto dalle tendenze che stanno prendendo sempre più piede nel mondo produttivo, nella società e nell'ambiente.</p>

i

Sponsorizzazioni ed eventi sportivi



PROGETTO: Sponsorizzazione Atleti e Squadre

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di atleti e società di interesse turistico e territoriale.</p>	<p>L'azione è stata effettuata, in conformità a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p> <p>La procedura prevede l'acquisizione da parte del Team Sport delle richieste di sponsorizzazione di atleti e squadre e la loro analisi al fine di predisporre le schede informative da sottoporre alla commissione preposta per la valutazione.</p> <p>Il Team Sport per le domande accolte, provvede alla stipula dei relativi contratti ed alla valorizzazione degli stessi durante la stagione sportiva. L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2022 del "Fondo Marketing per la promozione dello Sport" come da accordo stipulato tra Trentino Marketing e PAT-Assessorato allo sport/Dipartimento sport, cultura, turismo e sport.</p>

PROGETTO: Aquila Basket

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Aquila Basket Trento sono i seguenti:</p> <p>a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti;</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia;</p> <p>c) utilizzo canali Social del club per veicolazione contenuti creati in sinergia su specifici progetti o campagne di comunicazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership con Aquila Basket consente al brand Trentino di essere veicolato nel campionato di massima serie italiana di basket. Grazie alle finali scudetto raggiunte in passato ed alla partecipazione alla EuroCup, Aquila Basket beneficia di forte interesse mediatico, che consente la veicolazione del brand anche a livello europeo.</p> <p>b/c) Inserimento di contenuti promozionali quali pagine adv su magazine societari; utilizzo giocatori per campagne di comunicazione promosse da Trentino Marketing; partecipazione atleti in campagne di sensibilizzazione della Provincia autonoma di Trento; sfruttamento canali di comunicazione ufficiale della società per veicolazione contenuti visuali; realizzazione video istituzionale veicolato sui canali di Visittrentino, della società e dell'atleta coinvolto.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione</p>

PROGETTO: Trentino Volley

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Trentino Volley sono i seguenti:</p> <p>a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti;</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia;</p> <p>c) utilizzo canali Social del club e degli atleti per veicolazione contenuti creati in sinergia su specifici progetti o campagne di comunicazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership con Trentino Volley consente al brand Trentino di essere veicolato attraverso un Club che ha raccolto molti successi nell'ambito della pallavolo italiana e internazionale.</p> <p>b/c) utilizzo giocatori per campagne di comunicazione promosse da Trentino Marketing; partecipazione atleti in campagne di sensibilizzazione della Provincia autonoma di Trento; sfruttamento canali di comunicazione ufficiale della società per veicolazione contenuti visuali; realizzazione video istituzionale veicolato sui canali di Visittrentino, della società e dell'atleta coinvolto.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Trentino Volley Rosa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Trentino Volley Rosa sono i seguenti:</p> <p>a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti;</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia;</p> <p>c) utilizzo canali Social del club e degli atleti per veicolazione contenuti creati in sinergia su specifici progetti o campagne di comunicazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership con Trentino Volley Rosa consente al brand Trentino di essere veicolato attraverso un prestigioso Club territoriale che, grazie ai recenti passaggi di categoria, ha acquisito notorietà a livello nazionale.</p> <p>b/c) Utilizzo giocatrici per campagne di comunicazione promosse da Trentino Marketing; partecipazione atlete in campagne di sensibilizzazione della Provincia autonoma di Trento; sfruttamento canali di comunicazione ufficiale della società per veicolazione contenuti visuali; realizzazione video istituzionale veicolato sui canali di Visittrentino, della società e dell'atleta coinvolta.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: AC Trento 1921

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione del Calcio Trento sono i seguenti:</p> <p>a) avvio progetto di rivalorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti.</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial PR per eventi in Italia e sul territorio.</p> <p>c) sfruttamento dei canali di comunicazione ufficiali della società per finalità promozionali territoriali ed eventi e adesione a campagne di sensibilizzazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata per la stagione 2021/22 mentre è in corso di perfezionamento quella della stagione 2022/23.</p> <p>a) Presenza giocatori e staff ad eventi de il Festival dello Sport e iniziative promosse dalla Provincia autonoma di Trento.</p> <p>b/c) Inserimento di contenuti promozionali quali pagine adv su magazine societari; inserimento video-promo nelle dirette streaming delle partite; sfruttamento canali comunicazione social per promozione di eventi sul territorio; banner linkabile sul sito ufficiale della società.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Trento Calcio Femminile

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione del Trento Calcio Femminile sono i seguenti:</p> <p>a) avvio progetto di rivalorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti.</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial PR per eventi in Italia e sul territorio.</p> <p>c) sfruttamento dei canali di comunicazione ufficiali della società per finalità promozionali territoriali ed eventi e adesione a campagne di sensibilizzazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) Presenza giocatori e staff ad eventi de il Festival dello Sport e iniziative promosse dalla Provincia autonoma di Trento.</p> <p>b/c) Inserimento di contenuti promozionali quali pagine adv su magazine societari; inserimento video-promo nelle dirette streaming delle partite; sfruttamento canali comunicazione social per promozione di eventi sul territorio; banner linkabile sul sito ufficiale della società.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Hockey Club Fassa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di hockey Club Fassa sono i seguenti:</p> <p>a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti;</p> <p>b) sfruttamento dei canali ufficiali di comunicazione della società per campagne di comunicazione promosse da Visittrentino in coordinamento con team Social Media & Influencer Marketing.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership con Hockey Fassa consente al brand Trentino di essere veicolato sia nel Campionato italiano sia nel Torneo transfrontaliero Alps Hockey League</p> <p>b/c) Inserimento di contenuti promozionali quali pagine adv su magazine societari; inserimento video-promo nelle dirette streaming delle partite; sfruttamento canali comunicazione social per promozione di eventi sul territorio; banner linkabile sul sito ufficiale della società</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: AC Trento 1921

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione del Calcio Trento sono i seguenti:</p> <p>a) avvio progetto di rivalorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti.</p> <p>b) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial PR per eventi in Italia e sul territorio.</p> <p>c) sfruttamento dei canali di comunicazione ufficiali della società per finalità promozionali territoriali ed eventi e adesione a campagne di sensibilizzazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata per la stagione 2021/22 mentre è in corso di perfezionamento quella della stagione 2022/23.</p> <p>a) Presenza giocatori e staff ad eventi de il Festival dello Sport e iniziative promosse dalla Provincia autonoma di Trento.</p> <p>b/c) Inserimento di contenuti promozionali quali pagine adv su magazine societari; inserimento video-promo nelle dirette streaming delle partite; sfruttamento canali comunicazione social per promozione di eventi sul territorio; banner linkabile sul sito ufficiale della società.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Napoli Calcio

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con Napoli Calcio hanno riguardato:</p> <p>a) regolare sfruttamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali dei Club;</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori del Club e della dicitura "Sede Ufficiale del ritiro estivo";</p> <p>c) gestione e valorizzazione ritiro estivo dal punto di vista della comunicazione.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale (fino al mese di luglio).</p> <p>b) Il ritiro estivo e la sua promozione sono stati regolarmente svolti dall'8 al 19 luglio a Dimaro in Val di Sole. Trentino Marketing ha svolto ed esplorato accanto a Nicer, l'agenzia di comunicazione che la località attiva come da consuetudine in occasione del ritiro, ogni opportunità di comunicazione sui media nazionali e campani.</p> <p>c) gestione in stretta collaborazione con l'APT con l'obiettivo di consolidare il rapporto con giornalisti nazionali opinion leader in occasione del ritiro stesso e attività di PR presso lo stand Trentino nella fiera BMT di Napoli.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: ACF Fiorentina

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con ACF Fiorentina hanno riguardato:</p> <p>a) regolare sfruttamento della visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali dei Club;</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Sede Ufficiale del ritiro estivo";</p> <p>c) attivazione di un "match-sponsor" che garantisce nella relativa giornata di campionato un'ampia visibilità del marchio Trentino e Val di Fassa;</p> <p>d) gestione e valorizzazione ritiro estivo dal punto di vista della comunicazione</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale (fino al mese di luglio).</p> <p>b) Il ritiro estivo e la sua promozione sono stati regolarmente svolti dal 10 al 24 luglio a Moena in Val di Fassa. Trentino Marketing ha svolto ed esplorato accanto all'APT locale e l'ufficio stampa del club ogni possibilità di valorizzazione della località attraverso i canali ufficiali della società e i contributi provenienti dai giornalisti presenti in loco.</p> <p>c) Attivazione di visibilità nel centrocampo con marchio Trentino e Val di Fassa nel pre-partita, domination led a bordo campo con continuità di marchi territoriali, spot video Trentino su maxi schermo stadio, news di valorizzazione partnership sul sito della società, invio newsletter".</p> <p>d) gestione in stretta collaborazione con l'APT del ritiro estivo e massima valorizzazione dello stesso attraverso il consolidamento del rapporto con giornalisti nazionali opinion leader, durante il ritiro stesso.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Altri Ritiri

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito degli altri ritiri hanno riguardato:</p> <p>a) sinergia con le APT di ambito e le società interessate a svolgere il ritiro estivo in Trentino per trovare la collocazione ideale;</p> <p>b) lavorare in sinergia con le APT di ambito per realizzare l'accordo di partnership e co-brandizzare i campi di allenamento e le sfruttare congiuntamente le altre opportunità promo-pubblicitarie e per massimizzare le possibilità di comunicazione durante il periodo di ritiro. Inoltre sono stati acquisiti dalle APT diritti di visibilità da sfruttare durante la stagione sportiva.</p>	<p>a) L'azione è stata eseguita, in particolare si segnala: Bologna a Pinzolo, Hellas Verona a Mezzano in Primiero, Parma a Cogolo di Pejo, Spal a Mezzana, Mantova a Storo, Lecce a Folgaria, Cremonese a Dimaro, Cittadella a Lavarone.</p> <p>b) Il confronto con i soggetti interessati (Trentino Marketing, ufficio stampa delle rispettive società sportive/calcistiche e APT) ha permesso ai territori coinvolti di sfruttare diverse possibilità di visibilità del territorio stesso attraverso i contenuti mediatici lanciati dalle società e dalla stampa di settore.</p>

PROGETTO: FISG FSI FISO FITRI

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono le seguenti:</p> <p>a) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" e gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nei materiali pubblicitari e informativi.</p> <p>b) Valutazione di opportunità nei momenti delle conferenze stampa (quando e se in programma) delle Federazioni, come presentazione squadra, interviste ecc., per presentare al meglio il territorio e attività di PR;</p> <p>c) Sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>d) Stretta interazione con le federazioni e le APT interessate dalla partnership, mediante attività di compartecipazione di azioni di comunicazione.</p>	<p>L'attività è stata svolta con le seguenti Federazioni:</p> <p>FISG Federazione Invernale Sport Ghiaccio - Anche la Federazione Sport Ghiaccio pista lunga da anni ha la sede dei suoi allenamenti in Trentino. La partnership è stata valorizzata attraverso attività di comunicazione con i loro canali social e di direct mailing. La sponsorizzazione include la sezione Pista Lunga (Pinè), Short Track e Curling (Cembra). La divisa utilizzata nella gare di Coppa del Mondo sia della Pista Lunga che dello Short Track e del Curling è brandizzata in modo importante e mediaticamente strategico.</p> <p>FSI Federazione snowboard Italia - Acquisita importante visibilità del marchio Trentino durante gli eventi e con i propri atleti tesserati ed materiale istituzionale. Veicolata la promozione territoriale anche tramite i canali di comunicazione digital della Federazione.</p> <p>FISO Federazione Italiana Sport Orientamento - Questa federazione ha la sede ufficiale di allenamenti e ritiri in Alpe Cimbra garantendo così presenze sul territorio distribuite nell'arco dell'anno intero e dando quindi il la ad un progetto condiviso con l'APT dell'ambito di sviluppo di un prodotto vacanza legato all'orientamento.</p> <p>FITRI Federazione Italiana Triathlon - Dal 2020 al 2022 è in vigore un accordo di sponsorizzazione con la Federazione Italiana Triathlon. Si tratta di un accordo biennale che vede il Trentino sponsor ufficiale della Federazione e vede il territorio di Andalo/Molveno come la sede ufficiale dei raduni delle Nazionali di Triathlon, nonché il luogo dove si sono svolti camp giovanili ufficiali ed altre attività federali.</p>

PROGETTO: FIPAV FIP

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono le seguenti:</p> <p>a) sinergia con le APT di ambito per trovare la migliore collocazione e le migliori condizioni per lo svolgimento dei ritiri sul territorio;</p> <p>b) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" e gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nei materiali pubblicitari e informativi.</p> <p>c) collaborazione con le federazioni e con le APT interessate dalla partnership per attività di comunicazione; sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot; valutazione di opportunità nei momenti delle conferenze stampa (quando e se in programma) delle Federazioni, come presentazione squadra, interviste ecc., per presentare al meglio il territorio e attività di PR.</p>	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>FIPAV - Federazione Italiana Pallavolo:</p> <p>a) Il ritiro è stato organizzato in diverse fasi, prima con la Nazionale maschile e poi quella femminile in un lasso di tempo che è andato da maggio a settembre. I vari accordi pluriennali hanno consentito, anno dopo anno, il consolidamento di Cavalese come sede di riferimento per la pallavolo a livello nazionale.</p> <p>b) Durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social.</p> <p>c) Azioni mirate di comunicazione e preventivamente concordate da Trentino Marketing, l'APT della Val di Fiemme e l'ufficio stampa della Federazione per collocare gli atleti sul territorio per produzione foto e video utile a interviste e immagini di copertura per servizi TV. Brandizzazione inquadratura conferenza stampa con stampa nazionale per far risaltare visivamente e con i contenuti, nelle conferenze di presentazione del ritiro, la località come "Sede Ufficiale di Allenamento" e con questo sottolineare gli elevati standard qualitativi tecnici e di ospitalità. Interviste agli atleti precedentemente concordate coi media nazionali di assoluto rilievo realizzate in ambienti esterni specifici per dare peso con le immagini al territorio. Brief ai giornalisti coinvolti per sottolineare anche coi contenuti la location.</p> <p>FIP - Federazione Italiana Pallacanestro:</p> <p>a) L'accordo pluriennale ha consentito, anno dopo anno, il consolidamento di Pinzolo come sede di riferimento della pallacanestro a livello nazionale. Il ritiro nuovamente a porte aperte dopo la pandemia ha avuto un enorme successo in termini di presenza in loco.</p> <p>b) Durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social.</p> <p>c) Interviste agli atleti precedentemente concordate coi media nazionali di assoluto rilievo realizzate in ambienti esterni specifici per dare peso con le immagini al territorio. Brief ai giornalisti coinvolti per sottolineare anche coi contenuti la location. Durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social. Azioni mirate di comunicazione e preventivamente concordate da Trentino Marketing, l'APT di Campiglio e l'ufficio stampa della Federazione per collocare gli atleti sul territorio per produzione foto e video utile a interviste e immagini di copertura per servizi TV.</p>

PROGETTO: FIR FASI FGI FICK

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono le seguenti:</p> <p>a) sinergia con le APT di ambito per trovare la migliore collocazione e le migliori condizioni per lo svolgimento dei ritiri sul territorio;</p> <p>b) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" e gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nei materiali pubblicitari e informativi.</p> <p>c) Sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>d) Stretta interazione con le federazioni e le APT interessate dalla partnership, mediante attività di compartecipazione di azioni di comunicazione.</p>	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>FIR - Federazione Italiana Rugby:</p> <p>a) Il ritiro si è regolarmente svolto dal 17 al 23 giugno 2022 nella consueta sede di Pergine in Valsugana.</p> <p>b) Nel 2022 si sono goduti i diritti di visibilità nel corso delle partite ufficiali (led bordo campo e backdrop) nonché lo sfruttamento della comunicazione su tutti i canali ufficiali della Federazione. Interviste agli atleti precedentemente concordate coi media nazionali di assoluto rilievo realizzate in ambienti esterni specifici per dare peso con le immagini al territorio. Brief ai giornalisti coinvolti per sottolineare anche coi contenuti la location.</p> <p>c/d) Grazie ad una pianificazione preventiva, durante il ritiro il gruppo squadra ha potuto fare diverse attività sul territorio. Queste sono state documentate utilizzate sui canali della Federazione stessa e risultate utili per immagini di copertura nei servizi TV e Web dedicati al ritiro.</p> <p>FASI - Federazione Italiana Arrampicata:</p> <p>a) La Federazione ha individuato lo Stadio di Arrampicata di Arco ed il Trentino come base logistica federale. La stagione 2022, concentrata tra marzo e luglio ha visto la convocazione ad Arco raduni giovanili ed assoluti ed una prova di Coppa Europa assoluta.</p> <p>c/d) In queste occasioni, in collaborazione con l'ufficio stampa della Federazione, sono stati attivati momenti stampa con finalità di interviste agli atleti nella cornice del Centro federale di allenamento ad Arco, sede ufficiale di tutte le attività pre-olimpiche. Gli atleti di interesse internazionale hanno inoltre gareggiato con il marchio Trentino sulla parte anteriore della canotta.</p> <p>FGI - Federazione Ginnastica d'Italia:</p> <p>a) Si sono svolti a mezzana Mezzana in val di Sole i camp giovanili.</p> <p>b) Nel corso dell'annualità 2022 sono stati goduti diritti di visibilità su tutti i canali di comunicazione della Federazione e su supporti promozionali nel corso degli eventi (led bordocampo e backdrop).</p> <p>c/d) Si sono inoltre svolti a Folgaria il 30 aprile e 1 maggio 2022 le Finali dei Campionati Assoluti di Ginnastica Ritmica trasmessi in diretta sui canali della Federazione.</p> <p>FICK - Federazione Canoa e Kayak:</p> <p>Nel corso dell'annualità 2022 sono stati goduti diritti di visibilità su tutti i canali di comunicazione della Federazione e su supporti promozionali nel corso degli eventi giovanili che si sono svolti a Mezzana e Caldonazzo.</p>

PROGETTO: Norway Ski Team | US Ski Team

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con le Federazioni di sci alpino sono le seguenti:</p> <p>a) sinergia con le APT di ambito per assicurare le migliori condizioni per lo svolgimento dei ritiri sul territorio;</p> <p>b) Sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p>	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>Norway Ski Team:</p> <p>a) E' stata personalizzata la pista di allenamento degli atleti.</p> <p>b) Congiuntamente con Paganella Ski sono stati valorizzati gli allenamenti della Nazionale, con attività social e sfruttamento dell'immagine degli atleti per promuovere il territorio. Durante il periodo di allenamento ad Andalo sono state realizzate delle clip promozionali con allenatore ed atleti divulgate ai media tv e web. La presenza degli atleti, anche in previsione delle prossime Olimpiadi di febbraio, ha aumentato l'appeal mediatico sui media nazionali.</p> <p>US Ski Team:</p> <p>a) E' stata personalizzata la pista di allenamento degli atleti.</p> <p>b) Congiuntamente con Alpe Cimbra sono stati valorizzati gli allenamenti della Nazionale, con attività social e sfruttamento dell'immagine degli atleti per promuovere il territorio. Durante il periodo di allenamento a Folgaria sono state realizzate delle clip promozionali con allenatore ed atleti divulgate ai media tv e web. La presenza degli atleti, anche in previsione delle prossime Olimpiadi di febbraio, ha aumentato l'appeal mediatico sui media nazionali.</p>

PROGETTO: Altri Eventi Sportivi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, partnership e attività di carattere turistico e di interesse per la promozione territoriale. Si riferisce inoltre alla produzione di beni/materiali necessari alla valorizzazione delle partnership e degli eventi e all'acquisizione di servizi.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Attività effettuata. In particolare si segnala la produzione di materiali di visibilità Trentino per eventi ed atleti (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch-cappellini).</p> <p>Ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione su indicazione della Provincia sono state eseguite le seguenti attività di sponsorizzazione/sotegno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coppa del Mondo Cyclo-cross in Val di Sole; • Coppa Europa sci alpino maschile Val di Fassa; • Coppa del Mondo sci alpino maschile -discesa libera 3Tre - Madonna di Campiglio; • Tour de Ski 2022 in val di Fiemme; • Finali nazionali campionati studentesti a maggio - Rovereto e Alpe Cimbra; • Campionati nazionali studentesti a dicembre sull'Alpe Cimbra; • Torneo calcio "Eusalp" a giugno - valli Giudicarie; • Missione Abu Dhabi per Ferrari World; • Treofeo CONI a dicembre; • Sponsorizzazione Trentino Curling Cembra; • Sponsorizzazione Cycling team C5; • Comarketing per boe elettriche sul Garda Trentino.

PROGETTO: Giro d'Italia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Giro d'Italia in Trentino sono i seguenti:</p> <p>a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino;</p> <p>b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino;</p> <p>c) stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio;</p> <p>d) attività promozionali e di comunicazione del Trentino e delle località trentine ospitanti le tappe del Giro d'Italia.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala che nel 2022 il Giro in Trentino ha visto l'arrivo di tappa il 25 maggio a Lavarone mentre il 26 maggio la partenza della carovana è stata a Borgo Valsugana.</p> <p>a) Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva.</p> <p>b/c) Valorizzazione del territorio nelle trasmissioni RAI sia di partenza che di arrivo, attraverso attività pr con i giornalisti/commentatori-attraverso immagini/clip del territorio- attraverso interviste a personaggi del territorio. Particolare attenzione e supporto è stato dato ai cronisti impegnati nelle dirette RAI, alla regia che ha valorizzato visivamente i passaggi del gruppo nei vari ambiti territoriali del Trentino, ai commentatori con apposite note territoriali preparate da TM e le APT interessate, interviste in cabina di commento e in generale azioni di PR coi colleghi giornalisti.</p> <p>d) Le azioni di supporto alle varie attività di comunicazione e supporto ai giornalisti sono state realizzate attraverso la sinergia tra TM e le APT di riferimento.</p>

PROGETTO: Tour of the Alps

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione del Tour of the Alps sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) creazione ed ideazione del nuovo evento; b) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; c) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino e stretta interazione con gli organizzatori per pianificare la massima diffusione mediatica possibile. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>In particolare si segnala che nel 2022 il Tour of the Alps ha visto la partenza da Cles e la tappa successiva l'arrivo a Fiera di Primiero.</p> <ul style="list-style-type: none"> b) Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva. c) Valorizzazione del territorio nelle emittenti televisive (RAI - Eurosport, ORF etc...) sia nelle tappe di partenza che di arrivo, attraverso attività pr con i giornalisti/commentatori-attraverso immagini/clip del territorio- attraverso interviste a personaggi del territorio. Le azioni di supporto sono state realizzate attraverso la sinergia tra TM e le APT di riferimento.

PROGETTO: Giro d'Italia Under 23

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della tappa del Giro d'Italia Under 23:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) condivisione della scelta del percorso; b) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; c) azioni di PR in sinergia con l'APT di riferimento per raggiungere la massima diffusione mediatica. 	<p>L'azione è stata effettuata, in particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Nel 2022 ha visto l'arrivo di tappa a Pinzolo e la partenza successiva sempre dalla località della Val Rendena. b) Valorizzazione del territorio in sinergia con la produzione sia nelle tappe di partenza che di arrivo, attraverso la condivisione sulla scelta delle immagini da mostrare in diretta streaming. c) Supporto ai commentatori cercando di far emergere le peculiarità del territorio attraversato dalla carovana.

PROGETTO: Giro d'Italia Donne

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi nell'ambito della sponsorizzazione del Giro Donne sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) creazione ed ideazione del nuovo evento; b) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; c) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino e stretta interazione con gli organizzatori per pianificare la massima diffusione mediatica possibile. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>In particolare si segnala che nel 2022 la corsa è stata vinta dall'atleta olandese Annemiek Van Vleuten, pluricampionessa olimpica, mondiale ed europea è stata capace di conquistare nello stesso anno l'accoppiata Giro d'Italia e Tour de France. In occasione dell'ottava tappa (8 luglio) da Rovereto ad Aldeno, si è vista l'affermazione proprio dell'atleta olandese, ad imporsi invece nella nona (9 luglio) da San Michele all'Adige a San Lorenzo in Dorsino è stata l'americana Kristen Faulkner.</p> <ul style="list-style-type: none"> b) Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva. c) Valorizzazione del territorio nelle trasmissioni RAI ed Eurosport International sia di partenza che di arrivo, attraverso attività pr con i giornalisti/commentatori-attraverso immagini/clip del territorio- attraverso interviste a personaggi del territorio. Le azioni di supporto sono state realizzate attraverso la sinergia tra TM e le APT di riferimento.

PROGETTO: Coppa del Mondo UCI MTB

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi di sponsorizzazione della Coppa del Mondo MTB in Val di Sole sono i seguenti:</p> <p>a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino;</p> <p>b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino;</p> <p>c) stretta interazione con gli organizzatori e i media di settore presenti in loco per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>In particolare si segnala che la manifestazione si è svolta dal 2 al 4 settembre 2022 con le finali di Coppa del Mondo UCI MTB a Daolasa di Commezzadura. Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva.</p> <p>b/c) Valorizzazione del territorio nelle trasmissioni RAI e dei media stranieri (Eurosport) attraverso attività PR con i giornalisti/commentatori attraverso immagini/clip del territorio e interviste a personaggi del territorio.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza di quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>

PROGETTO: Mondiale Motocross

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gli interventi nell'ambito della sponsorizzazione del Mondiale Motocross sono i seguenti:</p> <p>a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino, sia durante il GP di Pietramurata, sia durante gli altri GP mondiali;</p> <p>b) stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata il 9 e 10 aprile 2022.</p> <p>a) Massimizzazione dei supporti promopubblicitari a visibilità Trentino in tutte le tappe, con un rafforzamento particolare della visibilità in occasione della tappa di Pietramurata. Importanti attività di comunicazione hanno riguardato le azioni stampa del Circuito Mondiale che sono state svolte in punti strategici del territorio.</p> <p>b) il Trentino è stato promosso nella corposa campagna mediatica ed editoriale realizzata dagli organizzatori (Youthstream) in relazione alla tappa trentina sui canali ufficiali del circuito mondiale.</p> <p>Iniziativa svolta in conformità alle indicazioni della Provincia.</p>

PROGETTO: Ambassador Visittrentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di atleti e società di interesse turistico e territoriale.</p>	<p>L'azione è stata realizzata mediante attività di Influencer Marketing, PR & Media e presenza ad eventi in veste di Ambassador Visittrentino. Tramite il team Sport di Trentino Marketing, Stefano Ghisolfi (arrampicata), Ruggero Tita (campione Olimpico di vela), Laura Rogora (campionessa di arrampicata) e Yeman Crippa (campione di corsa) sono stati coinvolti, in collaborazione con il Team Social & Influencer, in azioni di comunicazione sui canali social media degli atleti e di Visittrentino, sui media nazionali (Mediaset, Sky e Rai Sport in particolare) e su canali Web settoriali.</p> <p>Lo strumento degli Ambassador si è rivelato un efficace strumento di PR e comunicazione per il nostro territorio.</p>

j

Valorizzazione delle produzioni trentine



PROGETTO: Promozione settore vitivinicolo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prowein 2. Vinitaly 3. Trentodoc Festival 4. Manifestazioni Enologiche 	<p>Attività realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prowein: Dusseldorf dal 15 al 17 maggio. Realizzazione del nuovo allestimento coordinato per lo spazio Trentino situato all'interno della Halle 15, con un'area complessiva di 336 mq e la presenza di 15 cantine e distillerie. 2. Vinitaly: Verona dal 10 al 13 aprile. Collaborazione con Consorzio Vini del Trentino per la visibilità del marchio Trentino ed allestimento di uno spazio per la promozione dell'enoturismo trentino, in collaborazione con la Strada del Vino e dei sapori del Trentino e il Consorzio Piana Rotaliana Koenisberg. 3. Trentodoc Festival: Trento dal 7 al 9 ottobre. Organizzazione della prima edizione del Trentooc Festival realizzato in collaborazione con Istituto Trento DOC e con Corriere della Sera e con il coinvolgimento degli esercenti della città e delle zone limitrofe. La manifestazione ha coinvolto il nostro impegno nel coordinamento generale e nella realizzazione di 14 Trentodoc Tastings / 5 Sparkling Stories / 8 Wine Talks / 7 Cooking Tales / 37 appuntamenti nelle case spumantistiche. 4. Manifestazioni Enologiche. Progetti di comarketing per la visibilità del marchio territoriale alle manifestazioni enologiche definite dalla PAT. Attività coordinata dalla Strada del Vino e dei Sapori.

PROGETTO: Fiere di Settore

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale.</p>	<p>Attività effettuata.</p> <p>Fruit Logistica Berlino dal 5 al 7 aprile. Partecipazione con uno spazio coordinato Trentino situato all'interno della Halle 6, con un'area complessiva di 310 mq e con la presenza di APOT, Melinda e La Trentina.</p>

PROGETTO: Eventi enogastronomico

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Albe in Malga: nei mesi estivi, da giugno a settembre, appuntamenti in calendario nelle malghe di tutta la provincia, il turista potrà assistere e partecipare al rito della mungitura, osservare come si producono i formaggi d'alpeggio e imparare come si vive in malga. 2. Trentino Skisunrise: la proposta prevede una sciata alle prime luci del giorno sulle piste appena battute dai gatti abbinata ad una ricca colazione con lo scopo di aumentare la presenza di prodotti locali e trentini nei rifugi collocati sulle piste, promuovendo i prodotti del territorio. 	<p>Le attività sono state realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'attività Albe in Malga nel corso dell'anno 2022 sono state realizzate in collaborazione con Apt e le tre Strade. Le attività, svolte durante il periodo estivo su tutto il territorio sono state 46. 2. Le iniziative di Trentino Ski Sunrise (TSS) sono state effettuate in collaborazione con Apt, Consorzi turistici, le tre Strade, operatori delle strutture ricettive, produttori, guide alpine ed accompagnatori di territorio. L'investimento sostenuto da Trentino Marketing ha riguardato la realizzazione della grafica coordinata per i materiali informativi degli eventi e l'attività di comunicazione. Gli appuntamenti svoltidurnate l'inverno sono stati 19.

PROGETTO: Latte in festa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Latte in festa: al fine di sensibilizzare il consumo di latte trentino e di tutti i suoi derivati sono stati realizzati alcuni weekend denominati "Latte in festa" in ambiti territoriali provinciali.</p>	<p>Le attività previste sono state realizzate. Sono stati organizzati 2 eventi; il primo presso Lago di Roncone (19 settembre) e il secondo a Lavarone presso Parco Palù (3 ottobre). I due ambiti hanno messo in essere alcune attività nel rispetto dei requisiti richiesti nei protocolli in vigore durante il periodo estivo. In particolare, sono state proposte attività di tipo esperienziale e ludico per bambini come laboratori, degustazioni dei prodotti lattiero caseari. TM si è occupata della promozione generale dell'evento e di tutta la comunicazione locale e nazionale. Ha inoltre fornito supporto logistico per l'organizzazione delle feste.</p>

PROGETTO: Strade del vino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementazione ed evolutive sito Tastetrentino.it 2. Evento Dolomiti d'Autunno 	<p>Le attività previste sono state realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementazioni ed evolutive concordate con ufficio Digital Technology sia dal punto di vista front-end, sia dal punto di vista back-end. 2. L'evento realizzato in collaborazione con Strada dei Formaggi ed Apt Val di Fassa prevedeva esperienze in quota in Val di Fassa dal 24 settembre all'8 ottobre. Tre settimane, sette rifugi, per vivere e gustare il sapore più autentico delle Dolomiti di Fassa.

PROGETTO: Artigiano in fiera

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Organizzazione di uno spazio trentino all'interno di una delle più importanti ed ampie fiere dedicate al mondo dell'artigianato. Coordinamento delle 3 aree dedicate al Food, all'artigianato trentino ed alla promozione turistica.</p>	<p>L'attività è stata realizzata. All'interno di uno spazio di 1.300 metri quadri erano presenti 26 aziende espositrici, Apot, Astro, Gruppo formaggi del Trentino, Istituto Tutela Grappa del Trentino e l'Osteria Tipica Trentina. Inoltre sono stati realizzati nel corso delle giornate di fiera dei momenti di animazione coinvolgendo la Federazione Cori del Trentino che ha individuato 5 cori che hanno eseguito delle performance canore nelle giornate del 3, 4, 7, 8 e 10 dicembre. Attività di animazione della All'interno dell'area turistica istituzionale erano presenti anche i Consorzi Skirama e Dolomiti Super Ski per la promozione della stagione invernale.</p>

PROGETTO: Marchio di qualità

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. www.trentinoqualita.it 2. Campagna di sensibilizzazione all'acquisto di prodotti trentini 	<p>Attività concluse:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costante aggiornamento di contenuti e informazioni sul portale dedicato al marchio Qualità Trentino. 2. A seguito della riprogrammazione delle attività causa pandemia, al fine di sensibilizzare i consumatori trentini all'acquisto di prodotti di origine locale è stata programmata una massiccia campagna di comunicazione sulle testate locali, di affissioni e di programmazione dello spot sulle TV Locali coerentemente con gli obiettivi del marchio ILT. La campagna è stata realizzata da settembre a dicembre.

PROGETTO: Altre attività

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di promozione delle produzioni Trentine non classificabili in progetti specifici facendo sempre riferimento ai principali settori del comparto agroalimentare, frutticolo, caseario e vitivinicolo anche legato al mondo della ricettività e ristorazione. 2. Trentino Barbecue 3. Festival della Polenta 4. Speciali Tv Areali 	<p>Attività realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sono state effettuate delle azioni di promozione delle produzioni trentine che non rientrano in specifici progetti, quali la comunicazione specifica verso il settore agroalimentare (ospitalità trasmissioni TV). In particolare, realizzazione di 6 puntate di Melaverde. 2. Realizzazione di un fitto calendario. Da giugno a ottobre 10 Macellerie sono state protagoniste in 13 ristoranti per dare vita alla rassegna gastronomica per dare risalto alla carne trentina ed alla professionalità dei macellai. Per promuovere il calendario di Trentino Barbecue è stata realizzata una attività di Influencer Marketing in collaborazione con Michele Ruschioni ideatore e proprietario del portale "Braciami ancora". 3. Supporto all'organizzazione, realizzazione di materiale informativo e di allestimento. 4. Per promuovere il mondo delle produzioni del Trentino sotto diversi punti di vista, sono state attivate delle collaborazioni con le TV Areali per la realizzazione di speciali dedicati al mondo delle malghe, dell'agricoltura e delle produzioni sostenibili del Trentino. <ul style="list-style-type: none"> • Malghe e Rifugi (Trentino TV) • Buona Agricoltura (Trentino TV) • A come Alpi (Rttr)

PROGETTO: Comarketing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comarketing per aumentare il connubio tra marchio territoriale e prodotti di eccellenza del Trentino con Melinda e Trentingrana</p>	<p>L'attività è stata realizzata.</p> <p>Sono state realizzati due importanti co-marketing con Melinda e Trentingrana per associare i valori del marchio Trentino e del marchio Qualità Trentino a due prodotti di eccellenza del nostro territorio.</p> <p>Con Melinda è stato attivato un piano di comunicazione, on line e off line, per rafforzare e coniugare l'immagine dei brand Melinda e Trentino. Analogamente anche con Trentingrana è stato attivato un piano di comunicazione, on line e off line, per rafforzare e coniugare l'immagine dei brand Trentingrana e Trentino.</p> <p>In tali attività verranno veicolati diverse immagini e messaggi legati all'immagine del Trentino con lo scopo comune di promuovere l'unicità e le peculiarità del nostro territorio trentino.</p>

PROGETTO: Ospitalità

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Gestione e coordinamento delle aree ospitalità di eventi e fiere organizzate da Trentino Marketing</p>	<p>Festival dell'Economia e dello Sport - Organizzazione dell'area ospitalità presso palazzo roccabruna con il coinvolgimento degli chef del gruppo Trentino Food Tales</p> <p>Definizione e rapporti con i fornitori esterni per l'organizzazione dell'ospitalità di: Meeting Rimini / Skipass / TTG / Presentazione Olimpiadi Milano Cortina / Trentino Terra di Campioni</p>

PROGETTO: Progetto Scuola

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto realizzato insieme all'Assessorato all'Agricoltura volto a sensibilizzare il mondo scolastico sulle tematiche relative all'agricoltura.</p>	<p>Attività iniziata e in fase di prosecuzione nel 2023.</p> <p>Inizio predisposizione di un quaderno didattico volto a spiegare ai bambini delle prime tre classi primarie il mondo dell'agricoltura e i prodotti del territorio.</p>

k

Promozione del sistema culturale



PROGETTO: Mart

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Promozione specifica delle mostre del Mart</p>	<p>L'attività, richiesta dalla Provincia, è stata svolta. E' stato dato supporto al Mart pubblicando articoli ad hoc sulle mostre principali e promuovendo le altre mostre nell'articolo sulle News dei musei e nella sezione eventi del sito e della platform. Sono stati realizzati articoli ad hoc e campagne promozionali per le seguenti mostre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mostra Katz: Campagna Stampa quotidiana e periodica Nazionale formato mezza pagina e singola, per un totale di 34 avvisi: Il Corriere della Sera, lo Donna, La Repubblica, Il Gazzettino di Venezia, L'Arena, Il Giornale di Vicenza, Il Giornale, QN, Il Giornale di Brescia, L'eco di Bergamo, la Verità, Libero • Mostra Banský: Campagna OOH e DOOH locale, su pensiline autobus, stazioni e località turistiche con vari formati per un totale di 269 postazioni • Mostra Canova: Campagna stampa formato pagina singola per un totale di 12 avvisi: Corriere, La Repubblica, QN, L'Arena, Il Gazzettino di Venezia, Il Giornale, L'Eco di Bergamo, il Domenicale • Mostra Giotto e il Novecento: Campagna OOH in località turistiche su impianti sciistici per un totale di 17 posizioni; campagna RADIO 24h: di 84 spot tabellari da 15", 21 passaggi da 60" con interviste a Vittorio Sgarbi.

PROGETTO: Museum Pass

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto di sistema, iniziato nel 2012 come Distretto Culturale, che coinvolge le realtà di Trento e Rovereto e vede la creazione e promozione di una card per l'accesso dedicato a musei e luoghi della cultura delle due città.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Questa attività, condivisa con l' Apt di Trento e l'Apt della Vallagarina, i comuni di Trento e Rovereto, il Dipartimento Cultura della PAT e con l'Area Innovazione di TM è proseguita anche per tutto il 2022 attraverso un costante contatto con le realtà museali coinvolte ed ha portato anche alla realizzazione di una campagna adv, on e off line, nel periodo finale dell'anno finalizzata alla promozione della card nei territori limitrofi in occasione del Natale, con buoni risultati.</p>

PROGETTO: Film Festival della Montagna

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>In Occasione del 70esimo anno del Festival partnership per la realizzazione e promozione della mostra itinerante su territorio nazionale e internazionale.</p>	<p>L'azione è stata svolta. Per celebrare l'importante traguardo del Festival si è collaborato alla realizzazione della Mostra che è stata e verrà veicolata in un tour nelle maggiori città italiane e non, diventando così importante veicolo promozionale del territorio Trentino, con particolare attenzione alla cultura e alla tradizione della montagna stesse.</p>

PROGETTO: Bande in vetta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Iniziativa culturale e di intrattenimento in quota a cura della Federazione Corpi Bandistici, in collaborazione con l'Associazione Gestori dei Rifugi.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Dal 3 luglio all'11 settembre si è svolta la quinta edizione dell'iniziativa che ha coinvolto rispettivamente 22 rifugi alpini e 22 bande che hanno condiviso valori culturali e delle terre alte con gli ospiti presenti in Provincia per una piacevole giornata di intrattenimento.</p>

PROGETTO: Borsa Internazionale del Turismo Archeologico

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Presenza alla XXIV edizione della Borsa Internazionale del Turismo archeologico con uno stand dedicato al Trentino e all'offerta culturale - museale, archeologica e non solo. In collaborazione con il Dipartimento dei beni archeologici e culturali Pat.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. Dal 27 al 30 ottobre presidio allo stand con azioni dedicate alle scuole e all'offerta turistica in generale di tutti gli ambiti della Provincia.</p>

PROGETTO: Trentinorienta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentinorienta è la più grande iniziativa sull'orientamento scolastico in Trentino. L'evento intende fornire, a tutti i giovani studenti in procinto di compiere la scelta del percorso di studio da intraprendere dopo la scuola secondaria di primo grado, una presentazione completa ed esaustiva dell'offerta scolastica e formativa presente sul territorio provinciale. Un luogo in cui trovare l'offerta complessiva, da visitare con gli insegnanti e con la famiglia. L'offerta comprende momenti di approfondimenti con esperti e formatori e workshop per i ragazzi.</p>	<p>L'azione è stata svolta. L'evento si è tenuto nelle giornate del 25 e del 26 novembre presso il Trento Fiere CTE di via Briamasco 2. L'appuntamento, promosso dall'assessorato all'istruzione, università e cultura, insieme all'Assessorato all'artigianato, commercio, promozione, sport e turismo della Provincia autonoma di Trento, con la collaborazione del Dipartimento istruzione e cultura, ha visto la partecipazione delle scuole, nelle giornate del venerdì e delle famiglie nella giornata del sabato. La grande partecipazione, soprattutto da parte delle famiglie, è stata indice dell'apprezzamento per la proposta, che ha saputo intercettare le esigenze di ragazzi e genitori in un momento importante di scelta.</p>

I

Sviluppo progetti interregionali



PROGETTO: Promozione unitaria Lago di Garda

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Compartecipazione (assieme a CCIAA Brescia e CCIAA Verona) al progetto di promozione unitaria del Lago di Garda gestito da Garda Unico Scrl.</p> <p>Garda Unico Scrl è il soggetto che raggruppa i tre enti territoriali delle province di Trento, Brescia, Verona, titolato alla promozione promozione del Lago di Garda che ha predisposto il “progetto operativo 2021-2023.</p>	<p>Attività di promozione effettuata da Garda Unico in misura inferiore a quanto stimato nel programma triennale 2021-2023.</p> <p>Il budget dedicato e non utilizzato verrà spostato al 2023.</p> <p>L'intervento è stato realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione</p>

m

Interventi a favore di specifici ambiti territoriali



PROGETTO: Comunicazione

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagna display inverno 2022 - piattaforma Amazon	Attività effettuata. La campagna ha previsto la comunicazione e promozione della destinazione Campiglio sul mercato ITA, attraverso la dsp di Amazon. Attraverso la piattaforma è stata erogata una campagna display con formati video pre-roll e banner con la promozione della vacanza sci a pubblico in target per i primi mesi del 2022. Attraverso algoritmi di intelligenza artificiale è stato possibile raggiungere un pubblico particolarmente interessato e che negli ultimi mesi aveva acquistato attrezzatura sportiva da sci.

Promozione ambito APT Fiemme

PROGETTO: Cartoline Meteo Mediaset Estate 2022

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Promozione stagione estiva 2022	Una settimana di pianificazione Cartoline Meteo sulle principali reti Mediaset (Canale 5, Italiauno, Retequattro, Iris, Canale 20, Canale 34). Spazi publireadazionali da 30 secondi inseriti all'interno delle previsioni del tempo in onda durante l'intervallo dei film. Passaggi totali: 35 da 30 secondi, 35 da 10 secondi

PROGETTO: Cartoline Meteo Mediaset Inverno 2022/2023

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Promozione stagione Invernale 2022/2023	Una settimana di pianificazione Cartoline Meteo sulle principali reti Mediaset (Canale 5, Italiauno, Retequattro, Iris, Canale 20, Canale 34). Spazi publireadazionali da 30 secondi inseriti all'interno delle previsioni del tempo in onda durante l'intervallo dei film. Passaggi totali: 35 da 30 secondi, 35 da 10 secondi

PROGETTO: Rai Yoyo Estate 2022

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Promozione stagione estiva 2022	6 puntate da 30' ca del programma per ragazzi di Rai Yoyo: Diario di una Vacanza in Montagna registrate sul territorio

PROGETTO: Promozione attività sportive

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Giro d'Italia 2022 - Arrivo di tappa del 25 maggio a Lavarone	L'azione è stata regolarmente svolta. TM ha stipulato con RCS e che ha permesso all'ambito di ospitare l'arrivo di tappa con conseguente indotto diretto sul territorio e di godere della grande visibilità mediatica a livello nazionale e internazionale che essa porta.

Promozione ambito APT San Martino

PROGETTO: Cartoline Meteo Mediaset Estate 2022

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Promozione stagione estiva 2022	Una settimana di pianificazione Cartoline Meteo sulle principali reti Mediaset (Canale 5, Italiauno, Retequattro, Iris, Canale 20, Canale 34). Spazi publiregionali da 30 secondi inseriti all'interno delle previsioni del tempo in onda durante l'intervallo dei film. Passaggi totali: 35 da 30 secondi, 35 da 10 secondi

PROGETTO: Promozione attività sportive

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Ritiro Hellas Verona	L'azione è stata regolarmente svolta. E' stato stipulato un contratto con Dolomiti Sport Event, detentore dei diritti di comunicazione di Hellas Verona, che ha permesso di fruire di un pacchetto di visibilità a livello nazionale e internazionale. Nello specifico si è acquisita visibilità a bordo campo, sul backdrop ufficiale interviste, campagne ADV con i giocatori, azioni social mirate alla promozione dei territori etc
Tour of the Alps - Arrivo e partenza di tappa a Fiera di Primiero	L'azione è stata regolarmente svolta. E' stato previsto con l'organizzatore della gara un accordo che ha permesso di ospitare all'ambito l'arrivo di tappa e la conseguente partenza con indotto diretto sul territorio dato dalla permanenza della carovana (circa 700 persone) e di godere della grande visibilità mediatica a livello nazionale e internazionale che essa porta grazie soprattutto alle dirette televisive su importanti player nazionali e internazionale (in primis RAI e Eurosport).

Promozione ambito APT Trento

PROGETTO: Conoscenza

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Ricerca effettuata con il supporto di Mindshare finalizzata ad analizzare il percepito della città e dell'ambito da parte di un campione rappresentativo della popolazione italiana (segmentati anche per frequentazione/conoscenza della città) e di residenti. Tale studio è propedeutico alla stesura del piano di politica turistica e alla definizione delle strategie future di sviluppo.</p>	<p>L'attività è stata completata</p>

Promozione ambito APT Valsugana

PROGETTO: Comunicazione

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Campagna display Valsugana</p>	<p>Attività eseguita. La campagna in generale ha previsto la comunicazione principalmente su mercato ITA ma anche su DACH di differenti temi legati alla destinazione, ovvero: Trekking-natura, Arte Sella, Laghi di Levico e Caldonazzo, Sostenibilità, Campeggi e Terme. In particolare quest'azione ha promosso il prodotto campeggi della Valsugana per la prima parte dell'anno 22 con focus sul mercato DACH.</p>

SEZIONE MARKETING
(ART. 33 C. 1 LETT. A L.P. 6/1999)

Bilancio al 31/12/2022

Stato patrimoniale attivo	31/12/2022	31/12/2021
A) Crediti verso PAT per fondi impegnati	36.053.017	26.875.920
<i>di cui crediti verso PAT per fondi futuri</i>	35.306.226	26.875.920
B) Immobilizzazioni	0	0
C) Attivo circolante		
<i>II. Crediti</i>		
1) Verso clienti		
- entro l'esercizio	102.272	522.916
- oltre l'esercizio	0	0
	102.272	522.916
5 quater) Verso altri		
- entro l'esercizio	28.066	0
- oltre l'esercizio	0	0
	28.066	0
	130.338	522.916
<i>IV. Disponibilità liquide</i>		
1) Depositi bancari e postali	7.102.157	9.918.767
3) Denaro e valori in cassa	4.098	1.224
	7.106.255	9.919.991
Totale attivo circolante	7.236.593	10.442.907
D) Ratei e risconti	122.187	201.770
Totale attivo	43.411.797	37.520.597

Stato patrimoniale passivo

31/12/2022

31/12/2021

A) Patrimonio netto

I. Fondo - Sezione marketing		66.317.223	53.836.638
<i>VI. Altre riserve</i>			
Differenza da arrotondamento all'unità di Euro	(1)	(1)	1
IX. Oneri di gestione dell'esercizio		(39.380.758)	(30.584.836)

Totale patrimonio netto

26.936.464

23.251.803

B) Fondi per rischi e oneri

0

0

C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato

0

0

D) Debiti

6) Acconti

- entro l'esercizio	2.000		2.000
- oltre l'esercizio	0		0
		2.000	2.000

7) Verso fornitori

- entro l'esercizio	10.844.135		9.398.932
- oltre l'esercizio	0		0
		10.844.135	9.398.932

11 bis) Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti

- entro l'esercizio	4.779.458		4.208.307
- oltre l'esercizio	0		0
		4.779.458	4.208.307

12) Tributari

- entro l'esercizio	846.070		646.793
- oltre l'esercizio	0		0
		846.070	646.793

14) Altri debiti

- entro l'esercizio	0		7.560
- oltre l'esercizio	0		0
		0	7.560

Totale debiti

16.471.663

14.263.592

E) Ratei e risconti

3.670

5.202

Totale passivo

43.411.797

37.520.597

Conto economico	31/12/2022	31/12/2021
A) Valore della produzione		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.330.860	680.579
5) <i>Altri ricavi e proventi</i>		
a) Vari	13.749	74.564
	13.749	74.564
Totale valore della produzione	1.344.609	755.143
B) Costi della produzione		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	1.027.472	722.504
7) Per servizi	39.427.329	30.391.817
8) Per godimento di beni di terzi	200.628	98.224
10) <i>Ammortamenti e svalutazioni</i>		
d) Svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	3.150	0
	3.150	0
14) Oneri diversi di gestione	77.858	127.624
Totale costi della produzione	40.736.437	31.340.169
Differenza tra valore e costi di produzione (A-B)	(39.391.828)	(30.585.026)
C) Proventi e oneri finanziari		
16) <i>Altri proventi finanziari</i>		
d) Proventi diversi dai precedenti		
altri	11.885	15
	11.885	15
17) <i>Interessi e altri oneri finanziari</i>		
altri	10	1
	10	1
17 bis) Utili e perdite su cambi	(805)	176
Totale proventi e oneri finanziari	11.070	190
D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	0	0
21) Avanzo (Oneri) di gestione dell'esercizio	(39.380.758)	(30.584.836)