D. SEZIONE MARKETING

FONDO UNICO PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA TRENTINA
SEZIONE MARKETING

RENDICONTO DELLA GESTIONE
01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

Il presente rendiconto viene redatto ai sensi dell'art. 36 della convenzione unica tra la società Trentino Sviluppo S.p.A. e la Provincia autonoma di Trento deliberata dalla Giunta Provinciale in data 20 dicembre 2016.
Tale accordo disciplina le modalità operative di gestione del Fondo in capo alla società Trentino Sviluppo S.p.A. e tra questi la Sezione Marketing ed in ossequio ai principi contenuti nella convenzione unica il presente rendiconto finanziario richiama il principio "di cassa".

Nel documento vengono riportati, così come richiesto nella Convenzione, i seguenti elementi:

A) Relazione illustrativa dell'attività svolta in relazione agli obiettivi del piano a commento delle voci — Pag. A.1
B) Situazione degli apporti della Provincia — Pag. B.1
C) Riepilogo dei pagamenti effettuati per attività — Pag. C.1
D) Somme introitate per cessione o locazione di immobili, impianti, mobili, partecipazioni e attivi in genere — Pag. D.1
E) Eventuali finanziamenti ed ulteriori rimborsi alle singole Sezioni del Fondo a qualsiasi titolo — Pag. E.1
F) Ammontare degli interessi accreditati e addebitati in seguito all'utilizzo di liquidità a titolo oneroso, operando nell'ambito del criterio della gestione unitaria della liquidità — Pag. F.1
G) Saldo delle disponibilità e degli impieghi al 31.12 — Pag. G.1
H) Situazione delle eventuali partite in sofferenza e perdite derivanti da procedure concorsuali — Pag. H.1

Si trasmette inoltre in allegato il file con il dettaglio analitico della movimentazione finanziaria relativa al periodo dal 01 gennaio 2016 al 31 dicembre 2016.

Rovereto, 24 febbraio 2017

trentino marketing

SOCIETÀ PER IL TURISMO

RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITA' SVOLTA
FONDO UNICO PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA TRENTINA
SEZIONE MARKETING - PERIODO 1 GENNAIO - 31 DICEMBRE 2016

Indice

La Conoscenza pag. 3

La Piattaforma di comunicazione pag. 4
- Comunicazione di Marca pag. 5
- Campagna Advertising pag. 6
- Comunicazione Visual pag. 7
- PR & Media pag. 8
- La Nuova Piattaforma Digitale pag. 9
- Partnership ed Eventi Sportivi pag. 10
- Eventi Culturali e Montagna pag. 15
- Manifestazioni ed Eventi enogastronomici pag. 17

Il piano delle azioni di Marketing pag. 18
- La Promozione Estero pag. 19
- La Promozione Italia pag. 25
- La Vacanza pag. 28
- Le Azioni di sistema pag. 29

Assistenti di Direzione pag. 30

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
La Conoscenza	Marketing Strategico	Sviluppo e consolidamento dei sistemi di monitoraggio e conoscitivi per supportare le decisioni strategiche del Trentino turistico. Chiusura della fase sperimentale del progetto HBenchmark e formulazione alleanza di lungo periodo per rendere stabile e crescente il sistema conoscitivo. Trentino Task Manager: Creazione di una piattaforma condivisa per facilitare la conoscenza e partecipazione alle progettualità di Trentino Marketing e delle Organizzazioni Turistiche Data base marketing: Creazione di una piattaforma condivisa per attivare una lettura condivisa delle azioni di Trentino Marketing e delle Organizzazioni Turistiche	HBEMNCHMARK: meeting annuale con operatori aderenti, incontri sul territorio, approfondimento e progettazione nuovo accordo di lungo periodo con il coinvolgimento di tutti i livelli di partenariato (ASAT, UNAT, APT/CPL, Operatori, HB) Sistemi prenotazione: aggiornamento precedente indagine del 2102; indagine Vs operatori uso di Tos4 feratel. Focus Marcati: approfondimento su Polonia e Federazione Russa; schede per altri mercati, piano operativo e board commerciale. Attivazione ricerca Germania con FUR Mappatura mercati: aggiornamento dei dati e realizzazione materiali di analisi e comunicazione Monitoraggio progetti: Analisi soddisfazione ospiti, sentiment operatori, impatto per fornitori del progetto Guest card. Analisi comportamento visitatori e rendicontazione per progetto Museum Pass.

La Piattaforma di Comunicazione

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Marchio territoriale e Marchio di qualità	Sviluppo Marca	Gli obiettivi previsti dal PO 2016 prevedono le seguenti azioni: - 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. Misurazione dei risultati: - Come obiettivo quantitativo ci si prefigge di arrivare, nel 2016, ad un numero di 420 licenze per il marchio territoriale. - Per coinvolgere ulteriormente i concessionari del marchio territoriale e raccogliere loro commenti, indicazioni ed eventuali criticità, verrà poi messa in campo un'indagine conoscitiva.	L'azione è stata effettuata. Nel corso dell'anno si è raggiunto il numero di 431 licenze d'uso per il marchio territoriale Trentino e di 10 licenze d'uso per il marchio Qualità Trentino. Poi nel corso di tutto l'anno è proseguita l'attività di monitoraggio e consulenza all'uso del marchio Trentino, con particolare riferimento all'applicazione dello stesso sui materiali di comunicazione dei concessionari. Mediamente, alla settimana, vengono evase dalle 25 alle 30 richieste di informazioni sull'uso del marchio o di vere e proprie consulenze tecniche.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Campagna di advertising	Campagna di marca	Curare i rapporti con le Agenzie (Leo Burnett e Starcom), le concessionarie di pubblicità, i gruppi editoriali e i principali organi di informazione sia in un'ottica di adv che in una attività di Pr.	INVERNO Campagna stampa quotidiana e perioddica: 36 uscite posizioni TOP Principali testate: La Repubblica, Corriere della Sera,Il Messaggero Io Donna, D Radio Italia: 7 promotions da 30" e 7 interviste da 90" LA 7 TV: 330 spot da 20" 9 spot da 30" su Raisport 2 ESTATE Campagna stampa quotidiana e perioddica: 44 uscite posizioni TOP Principali testate: Sole 24 Ore, La Repubblica, Corriere della Sera Guide di Dove Monografia Trentino, distribuita in allegato a Dove e Io Donna Campagna stampa ritiri Roma e Napoli: 21 uscite in posizioni TOP Principali testate: Gazzetta dello Sport, Tuttosport, Corriere dello Sport TV: 7 Telepromozioni da 40" Caduta Libera Canale 5 232 spot LA7 da 20"/30", 2 puntate Sereno Variabile Rai due
	Trentino TV (TCA e RTTR)	Pianificato con le due emittenti locali Rttr e Tca Trentino tv vari format televisivi.	TRENTINO TV 10 redazionali di taglio turistico da 5' ciascuno 10 redazionali di taglio enogastronomico da 5' ciascuno 10 interventi in diretta all'interno della rassegna stampa RTTR 10 redazionali di taglio turistico da 5' ciascuno 10 redazionali di taglio enogastronomico da 5' ciascuno 7 interventi in diretta da 20 minuti ciascuno

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Comunicazione Visual	Editoria istituz. x stagioni	**Materiali a stampa** Oltre ai tradizionali materiali istituzionali del turismo estivo e invernale è necessario proseguire con l'ideazione e la realizzare prodotti innovativi, in grado di comunicare più agilmente e capillarmente novità, offerte, eventi, eccellenze del Trentino. In quest'ottica la ricerca di nuove modalità editoriali in rete con i territori e la Pat potrà offrire una panoramica del territorio non più legata alla stagionalità ed alla sola visione turistica, ma con un ottica di marketing territoriale più ampia, spaziando tra turismo, cultura, ambiente, ricerca e nuove tecnologie, enogastronomia, ecc. **Editoria di Progetto** Esistono poi linee di prodotto destinate alla comunicazione di progetti specifici quali ad esempio motivazioni di vacanza (famiglia, sport, cultura, natura, ecc), eventi o alla commercializzazione di offerte legate agli stessi. 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 (famiglia, sport, cultura, ecc).	L'azione è stata effettuata. In continuità con le azioni previste si è proceduto alla realizzazione di due edizioni di un magazine di destinazione, oltre alla realizzazione di una serie di strumenti editoriali utili alla promozione integrata di iniziative o motivazioni turistiche di rilievo. Materiali editoriali estate su mercati esteri quali Germania, Repubblica Ceca, Polonia e Inghilterra per la promozione della vacanza attiva, promocommerciali mirati sui mercati Polonia e Repubblica Ceca per quel che riguarda la vacanza a tema bike e trekking. In Olanda è stato realizzato un promocommercaile avente ad oggetto in particolare la vacanza outdoor (campeggi) oltre a prodotti istituzionali, quali il magazine di destinazione nelle due versioni estiva ed invernale, a tema inverno, distribuito, attraverso un'azione capillare atrraverso magazine e testa di settore ma non solo, nei paesi esteri di riferimento quali Germania, Polonia, Repubblica Ceca, Austria, Svizzera e Olanda in complessivamente 2milioni 120mila copie. In Italia si è lavorato invece sulla valorizzazione di cultura e sport ed eventi culturali/sportivi attraverso materiali quali il menu della cultura, i Suoni delle Dolomiti, TrentoRovereto card, dalla Guerra alla Pace, oltre a materiali legati alla promozione di eventi sportivi estivi ed invernali. Procede inoltre il progetto integrato di comunicazione della Trentino Guest card con relativi materiali.
	Fototeca	**Archivio Fotografico** Prosegue il lavoro di ricerca di produzione di immagini di alto livello, per una comunicazione mediatica efficace e all'altezza di una domanda in costante evoluzione, soprattutto alla luce della varietà dei temi e dall'attualità delle immagini richieste per i nuovi canali di comunicazione (FB, IG). In un settore dove la comunicazione è prevalentemente basata sull'immagine, questo è un campo su cui investire di più e con maggiore convinzione. **Archivio fotografico Online** Per il 2016 è prevista inoltre la fase di start up di un archivio fotografico online, sullo stile di quello video, che permetta la condivisione e la messa in rete di tutte le immagini fotografiche e video presenti nel nostro archivio e negli archivi delle Apt d'ambito.	L'azione è stata effettuata. Su questo fronte il 2016 ha visto crescere, anche dal punto di vista qualitativo, l'intervento di fotografi e filmmaker di comprovata esperienza provenienti da tutta italia e che, sulla scorta di quanto realizzato negli anni passati, hanno prodotto nuovi scatti in linea con il concept esperienze vere. Ha preso inoltre avvio la fase operativa del progetto di gestione dell'archivio foto online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e di test, è stato inaugurato a fine anno.
	Archivio Video	**Archivio Video** Vale quanto scritto per la fotografia. Con in più la necessità di consolidare e ampliare ulteriormente, in collaborazione con i territori, l'archivio video territoriale in alta definizione, strumento ormai indispensabile per rispondere adeguatamente alla crescente domanda di materiale da parte di realtà televisive nazionali ed estere: da Rai a Mediaset, dalle areali alle satellitari.	L'azione è stata effettuata. Come già evidenziato per l'archivio fotografico, anche sulla parte video si sono realizzati, attraverso videomaker di comprovata esperienza, numerosi prodotti volti a rafforzare il brand trentino in tutti i suoi aspetti. Ha inoltre preso avvio il progetto di gestione dell'archivio video online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e test, vedrà la luce nel 2016. E' inoltre partito anche il nuovo progetto di riprese da terra, condiviso con i territori, che ci impegnerà nel biennio 2017/18 nella produzione di nuove immagini funzionali alla comunicazione broadcaster.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
PR & Media	Incontri e conferenze stampa	Incontri e conferenze stampa Italia-Estero • Saranno organizzati incontri per presentare progetti e iniziative relativi ai vari settori d'attività in sinergia con i territori e le istituzioni trentine. 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. • Saranno potenziate le conferenze stampa di Marca nei principali mercati di riferimento anche in sinergia con le esigenze istituzionali economico-culturali della Pat. Le attività si concentreranno sui mercati principali e in Germania saranno attivati flussi costanti di comunicazione, in particolare con Monaco e la Baviera.	L'azione è stata effettuata. Nel corso del 2016 sono stati organizzate: -22 conferenze stampa locali -13 tra conferenze e incontri stampa in Italia e all'estero.
	Sportelli Media	Attualmente sono operativi 2 sportelli continuativi a Milano per la stampa nazionale e lombarda, a Verona per la stampa veneta, emiliana e per tutto il mondo social. A questi se ne aggiungono altri attivati all'occorrenza in altre città strategiche, con nostri referenti di fiducia. Sui principali mercati esteri il mondo dei media viene presidiato grazie alla collaborazione con agenzie PR specializzate nella comunicazione turistica. Sportelli media e agenzie PR si confermano sempre più partner indispensabili per garantire una presenza puntuale ed efficace di Trentino Marketing all'interno delle redazioni, per avere mailing list sempre aggiornate e per conoscere in tempo reale dinamiche e cambiamenti del complesso panorama dei media	L'azione è stata effettuata. Tutta l'attività di comunicazione giornalistica nel 2016 (ospitalità e viaggi stampa, conferenze e incontri stampa, attività PR, aggiornamento mailing, ecc) è stata realizzata attraverso il contributo degli sportelli media e agenzie PR.
	Redazione	Sia sul piano della qualità che della quantità del lavoro prodotto, la redazione esternalizzata continua a rivelarsi un ottimo investimento, anche nel rapporto costi-benefici. Una realtà indispensabile per corrispondere all'alimentazione giornalistica, in continua e ragguardevole crescita, di comunicati e cartelle stampa, lanci tematici, newsletter. La redazione collabora inoltre alla stesura di testi per il web e per prodotti editoriali, organizza conferenze stampa locali e mantiene costanti rapporti con i giornalisti delle testate giornalistiche trentine	L'azione è stata effettuata. La redazione si è occupata dell'attività di redazione comunicati stampa, testi, news, interviste, brochure, gestione giornale on-line rispondendo alle diverse esigenze editoriali di Trentino Marketing. Ha inoltre organizzato tutte le conferenze stampa locali ed ha gestito i rapporti con le testate locali.
	Servizi e strumenti di supporto	**Press room** Le sezioni dedicate alla stampa, declinate nelle lingue dei vari paesi su cui opera Trentino Marketing, si dimostrano uno strumento sempre più indispensabile per alimentare di contenuti le varie redazioni e fidelizzare i rapporti con giornalisti di carta stampata, TV, radio e web. Nel corso del 2014 sono state migliorate alcune funzioni proprio per offrire ai giornalisti supporti sempre più efficienti e all'altezza delle loro esigenze. Nel corso del 2015 si prevedono ulteriori interventi grafici e di contenuti in linea con quello che sarà il nuovo portale del turismo trentino. **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	L'azione è stata effettuata. Le press room rappresentano lo strumento dedicato agli operatori della comunicazione. Attive in 6 lingue (I, GB, D, NL, RU, CZ, PL) nel 2016 sono stateulteriormente aggiornate nelle loro funzionalità. Strumento fondamentale per misurare la visibilità del Trentino sugli organi di stampa nazionali ed esteri. Nel 2016 si contano tra carta stampata, radio, TV, web: **ITALIA:** 9.888 uscite per un controvalore di 65.062.632 Euro. **REPUBBLICA CECA:** 87 uscite per un controvalore di 511.650 euro **POLONIA:** 23 5uscite per un controvalore di 5.765.581 euro **OLANDA**: 60 uscite per un controvalore di 2.839.930 euro **GERMANIA:** 608 uscite per un controvalore di 11.232.432 euro.
	Ospitalità Giornalisti	Nel corso del 2015 si organizzeranno ospitalità rivolte a giornalisti nazionali ed esteri provenienti da varie regioni italiane e dai vari paesi europei sui quali opera Trentino Marketing, per viaggi stampa individuali ed eventualmente anche di gruppo, legati alle peculiarità e alle eccellenze turistiche del territorio, da quelle sportive a quelle culturali, passando per l'enogastronomia, l'ambiente, ecc. Particolare attenzione sarà rivolta come sempre ad attirare sul territorio troupe televisive di programmi e contenitori ritenuti rilevanti per il rafforzamento dell'immagine del nostro territorio. Si supporteranno altresì viaggi stampa, organizzati da APT e ProLoco e soggetti altri, su temi e progetti condivisi con l'Area Media & Pr di Trentino Marketing.	L'azione è stata effettuata. Nel 2016 sono state organizzati circa **51 viaggi stampa individuali i e 13 viaggi stampa di gruppo**, focalizzati sui temi cardine dell'offerta turistica trentina.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
La nuova piattaforma digitale	Seo Social Web	• Attività di SEO (search engine optimization) per migliorare e ottimizzare la presenza dei contenuti del Trentino sui principali motori di ricerca. • Web marketing • Attività di social marketing	L'azione è stata effettuata. Nel corso dell'anno per le pagine prodotte venivano fatte attvità di ottimizzazione dei meta tag e dei contenuti. Sono state create pagine web per nuove aree semantiche: aree protette, parchi e natura (vacanza green), Dolomiti Unesco, Biosfera Unesco, vacanza a quattro zampe (pet friendly). Ottimizzazione codice pagine con implementazione di schema.org e canonical. Attività di web marketing per presidiare e promuovere il Trentino in rete in Italia e nei principali mercati target: Germania, Olanda, Polonia, Rep. Ceca, Gran Bretagna, Russia. Scouting e test in data driven marketing (retargeting e programmatic buying) . Lancio rubrica settimanle #losapeviche su social page visittrentino e attività di testing nuovi formati. Definizione strategia Instagram visittrentino e lancio del canale internazionale
	Altre attività WEB	• Creazione nuove aree semantiche per VisitTrentino • Monitoraggio della rete e statistiche digitali • coordinamento redazionale e pubblicazione Italia-estero • gestione campagne di digital advertising Italia-estero	Le azioni sono state effettuate. In particolare: Creazione di nuove aree semantiche: aree protette, parchi e natura (vacanza green), Dolomiti Unesco, Biosfera Unesco, vacanza a quattro zampe (pet friendly).in 3 lingue. La rete e la domanda sono stati costantemente monitorati attraverso strumenti come Google Analytics,Semrush e Google Trends. Coordinamento con agenzia per il data entry e pianificazione editoriale del sito e dei social media attraverso la collaborazione dei mercati (Italia e estero) Campagna estate e inverno nei mercati obiettivo adattanto il mix di canali ai diversi obiettivi come indicato nel piano operativo.
Digital Web	Progetti Speciali	Efficentamento del Portale: Nel 2016 saranno messe in atto tutte le azioni necessarie all'efficentamento del nuovo portale, in particolare: • Gestire in modo efficace il funzionamento della piattaforma di booking e esplorare nuove possibilità per rendere la piattaforma Visittrentino sempre più efficiente in termini di presentazione del prodotto • Consolidare lo spazio dedicato all'escursionismo outdoor online • Supportare le azioni di marketing interno, preparando anche canali speciali, sezioni dedicate, newsletter e DEM • Attività di SEO (search engine optimization) per migliorare e ottimizzare la presenza dei contenuti del Trentino sui principali motori di ricerca • Presidio ed evoluzione del canale mobile sempre più importante • Monitorare costantemente le evoluzioni del web per poter sfruttare le tecnologie di frontiera e le nuove piattaforme che si affacciano sul mercato • Accompagnare gli altri Uffici della Divisione Turismo nel percorso di aumento della conoscenza di tutti i temi digital	L'azione è stata effettuata. • Durante il 2016 si sono messe in atto tutte le attività necessarie alla gestiopne della nuova versione di VisitTrentino, in particolare sono state migrate tutte le funzionalità alla nuova piattaforma per mantentre continuità con iservizi condivisdi con le APT , della realizzazione grafica e dell'implementazione tecnologica del nuovo portale non trascurando una notevole attività di migrazione dalla vecchia piattaforma cercando mettere a valore tutti gli asset consolidati nel tempo sopartutto per le piattafome mobile • A supporto di una migliore efficienza del sistema di booking si è portato in esercizio il sistema Trustyou su tutti gli hotel del territorio trentino e sono state introdotte tutte le migliorie dovute all'aggiornamento de sistema Feratel permettendo,in particolare, una nuova presentazioen delle offerte hotel piu' in linea con la strategia commerciale del territorio. • A supporto dell'area web marketing sono state messe in atto tutte le migliorie necessarie in particolare l'unificazione dei 4 hub con l'aggiunta del canale "cani" • E' stato avviato un progetto territoriale di coinvolgimentio delle aziende locali per megliop sfruttare le portanzialità dei software utlizzati e creati per la piattafoma visttrentino • Per il canale outdoor oltre a consolidare e migliorare l'integrazione con visittrentino si è lavorato alla realizzazione della nuova APP mobile che è disponibile.; • Durante il corso dell'anno sono state realizzate landing page a supporto delle esigenze di mercato o di progetto; • Sono stati richiesti tutti i miglioramenti SEO ritenuti necessari per migliorare il portale • A suporto delle altre areee azindeali è stato fatta un attività estera di razionalizzazioen dei database dei contatti aziendali riportando tutto in un unica piattarma utilizzata da tutti gli uffici
	Canoni web	Canoni	L'azione è stata effettuata.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive	Aquila Basket	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Aquila Basket Trento sono i seguenti: a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti; b) gestione di attività PR con ospiti del mercato Italia, c) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia; d) attività di PR e consegna di materiale ad hoc per i giornalisti italiani accreditati.	L'azione è stata effettuata. La partnership con Aquila Basket consente al brand Trentino di essere veicolato nel campionato di massima serie italiana di basket. In particolare nel 2016 l'ottimo risultato in classifica di Aquila Basket ha fatto registrare un interesse mediatico importante, che consente la veicolazione del brand anche a livello europeo. Si confermano gli interventi come da piano. L'azione è stata parzialmente effettuata con riferimento al contenuto della nota D336/2016/595389/15-2014-4 del 10 novembre 2016 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport, protocollo TM 900/10 novembre 2016.
	Trentino Volley	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Trentino Volley sono i seguenti: a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti; b) gestione di attività PR con ospiti del mercato Italia, c) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia; d) attività di PR e consegna di materiale ad hoc per i giornalisti italiani accreditati.	L'azione è stata effettuata. La partnership con Trentino Volley consente al brand Trentino di essere veicolato attraverso il Club più vittorioso degli ultimi anni nell'ambito della pallavolo non solo italiana ma internazionale. Si confermano gli interventi come da piano. L'azione è stata parzialmente effettuata con riferimento al contenuto della nota D336/2016/595389/15-2014-4 del 10 novembre 2016 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport, protocollo TM 900/10 novembre 2016. Alla partnership di sponsorizzazione si aggiunge un accordo aggiuntivo relativo ai risultati raggiunti nell'anno, in riferimento alla nota PAT/RFA040/2016-539044 del 17 ottobre 2016 dell'Assessorato alla cultura, cooperazione, sport e protezione civile, protocollo TM 838 del 17 ottobre 2016.
Sport & Partnership sportive Il grande calcio	FC Bayern Monaco	Rendicontato da Mercato Tedesco	Rendicontato da Mercato Tedesco
	Napoli Calcio	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con Napoli Calcio hanno riguardato: a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali dei Club; b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location"; c) creazione all'interno del sito www.visittrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo; d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentive per le reti vendita e partners strategici; e) 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, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso del'anno; f)integrazione e relazione con i vertici ed il management dei Club; g) nuove opportunità con i partner dei Club attraverso workshop o presentazioni.	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: 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. b) L'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata per la realizzazione di clip lancio del ritiro e piedi pubblicitari attraverso shhoting a CastelVolturno. e) Il ritiro ha incluso ben 3 fine settimana e visto la presenza di un numero importante di media che hanno comunicato il Trentino e la Val di Sole. Inoltre l'organizzazione della parte tecnica e di intrattenimento per i tifosi è stata positiva e apprezzata da tutti i soggetti coinvolti. Durante la stagione si sono organizzati 2 importanti eventi a Napoli per il lancio del ritiro e della stagione invernale (con realizzazione di pacchetto vacanza ad hoc).
	ACF Fiorentina	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con ACF Fiorentina hanno riguardato: a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali dei Club; b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location"; c) creazione all'interno del sito www.visittrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo; d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentive per le reti vendita e partners strategici; e) 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, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso del'anno; f)integrazione e relazione con i vertici ed il management dei Club; g) nuove opportunità con i partner dei Club attraverso workshop o presentazioni.	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: 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. b) Si conferma l'intervento come da piano con l'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata nelle azioni di lancio del ritiro. e) L'organizzazione della parte tecnica e di intrattenimento per i tifosi è stata positiva e apprezzata da tutti i soggetti coinvolti.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Il grande calcio	AS Roma	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con AS Roma hanno riguardato: a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali dei Club; b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location"; c) creazione all'interno del sito www.visittrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo; d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentive per le reti vendita e partners strategici; e) 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, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso dell'anno; f)integrazione e relazione con i vertici ed il management dei Club; g) nuove opportunità con i partner dei Club attraverso workshop o presentazioni.	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: 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. b) Si conferma l'intervento come da piano con l'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata per la realizzazione della campagna di lancio del ritiro realizzata in particolare su Gazzetta dello Sport d) Importanti attività pr sono state attivate in particolare con giornalisti ospiti dell'Area PR e Comunicazione di TM e) Il ritiro estivo a Pinzolo di AS Roma è stata organizzato con soddisfazione da tutte le parti interessate. Durante la stagione si è organizzata la conferenza stampa di lancio del ritiro a Roma.
Sport & Partnership sportive Federazioni	FISI Norway Ski Team	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono, usualmente, le seguenti: a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l; b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino); c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate(presentazione squadra ecc.); d) supporto all'attività delle Federazioni; e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot; f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio; g) Stretta interazione con le APT interessate dalla partnership, in particolare dell'Altopiano della Paganella, Altopiano di Pinè, della Val di Fassa, della Val di Fiemme e di Folgaria per valorizzare al massimo le sponsorizzazioni. h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi	Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala: **FISI:** a) Attività in occasione di Skipass di Modena e durante le gare di Coppa del Mondo in Trentino b) Il marchio Trentino è stato posizionato sulla tessera FISI e quindi divulgato attraverso tutta la campagna promozionale della Federazione stessa. E' stato divulgato il brand Trentino attraverso la personalizzazione degli sci degli atleti del Salto nelle gare di Coppa del Mondo. Inoltre si sono personalizzate le piste di allenamento degli atleti. c) In occasione di Skipass Modena FISI ha dato visibilità al Trentino al proprio stand ed ha portato allo stand Trentino propri atleti per attività di interazione con il pubblico ed in particolare per la conferenza stampa di lancio del nuovo accordo quadriennale. e) In occasione della conferenza stampa di Trentino a Milano di lancio della stagione invernale abbiamo usufruito della presenza di un paio di atleti rappresentativi delle Nazionali. f) Congiuntamente con Nordic Ski e con APT Val di Fassa sono stati valorizzati gli allenamenti delle Squadre Nazionali nelle rispettive sedi, con attività social e sfruttamento dell' immagine degli atleti per promuovere il territorio. **L'azione è stata parzialmente effettuata con riferimento a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2016 del "Fondo Marketing per la Promozione dello Sport". Tale elenco di iniziative con il relativo importo è stato condiviso e confermato dalla PAT-Assessorato alla cultura, cooperazione, sport e protezione civile (nota di Trentino Marketing protocollo 885 del 4 novembre e successiva nota D336/2016/594795/15/2014-4 del 10 novembre del dipartimento Cultura, Turismo, promozione e sport, prot Trentino Marketing 899 del 10 novembre).** **Norway Sky Team:** b) E' stata personalizzata la pista di allenamento degli atleti. c) Organizzazione pre-ritiro di una conferenza stampa in Trentino con la presenza degli atleti. e) 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. f) E' stata pianificata insieme a Paganella Ski un'attività di comunicazione web utilizzando l'immagine di Svindal, atleta simbolo della Nazionale, su siti di riferimento in Italia, Polonia, Rep.Ceca e Germania.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Federazioni	Nazionale Pallavolo FISG Nazionale Basket	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono, usualmente, le seguenti: a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l; b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino); c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate(presentazione squadra ecc.); d) supporto all'attività delle Federazioni; e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot; f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio; g) Stretta interazione con le APT interessate dalla partnership, in particolare dell'Altopiano della Paganella, Altopiano di Pinè, della Val di Fassa, della Val di Fiemme e di Folgaria per valorizzare al massimo le sponsorizzazioni. h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi	**FIPAV - Nazionale Pallavolo:** Anche nel 2016 le due nazionali di pallavolo maschile e femminile hanno trascorso a Cavalese un periodo di ritiro molto lungo, circa 6 settimane. Questo ha permesso la pianificazione di attività sul territorio, sia per attività sociali, sia per momenti di incontro con i turisti presenti. Inoltre sono stati realizzati servizi video-fotografici finalizzati alla distribuzione media/social per la promozione del territorio. L'accordo pluriennale ha consentito, anno dopo anno, un sensibile aumento del seguito di appassionati e il consolidamento di Cavalese come sede di riferimento per la pallavolo a livello nazionale. Inoltre durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social **FISG:** Anche la Federazione Sport Ghiaccio pista lunga da anni ha la sede dei suoi allenamenti in Trentino, a Baselga di Pinè. La partnership è stata valorizzata attraverso attività di comunicazione con i loro canali social e di direct mailing. Inoltre il rinnovo ha visto la sponsorizzazione non solo della Pista Lunga ma anche dello Shot Track, includendo quindi anche l'atleta Arianna Fontana tra le sponsorizzate Trentino. La muta utilizzata nella gare di Coppa del Mondo sia della Pista Lunga che dello Short Track è brandizzata in modo importante e mediaticamente strategico. Il rinnovo della partnership è stato sancito con una conferenza stampa presso Trentino Marketing alla presenza di atleti e rappresentanti federali. **Nazionale Basket:** Anche la partnership pluerinnale con la Nazionale di Basket consolida Folgaria come riferimento estivo per gli appassionati di basket. Anche nel 2016 in particolare abbiamo avuto la presenza degli atleti esponenti italiani nell'NBA, con un interesse e seguito importante di media e tifosi. E' stato realizzato anche in questo caso un servizio video-fotografico utilizzando l'immagine degli atleti per la promozione del territorio. Inoltre è stato realizzato un servizio con coach Messina per Sport Week. Anche nel 2016 è stata inoltre organizzata la Trentino Basket Cup a Trento, evento di richiamo inquanto primo appuntamento ufficiale della stagione, in particolare nel 2016 si è trattato di una delle prime prove in vista della qualificazione per le Olimpiadi. Inoltre durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social.
ort & Partnership sportive	Trentino Azzurro	La finalità del progetto è 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.	L'azione è stata effettuata. Si è dato seguito a quanto previsto attraverso la stesura di un accordo triennale. Con delibera di Giunta di data 13 luglio 2015 n 1162 la Provincia ha approvato il protocollo di intesa con il Comitato Trentino della Fisi per lo sviluppo del progetto per un ulteriore triennio a decorrere dalla stagione 2014-15. La Provincia ha affidato l'esecuzione dello stesso a TS, attraverso TM.
	Materiali/Servizi Eventi - Partnership sportive	Questa azione si riferisce alla produzione di beni/materiali e all'acquisizione di servizi finalizzati alla valorizzazione degli eventi sportivi e delle partnership in essere. Inoltre si riferisce ad attività non strettamente legate ad una partnership in essere ma riferite ad una possibilità, contingente o pianificata, di valorizzazione del brand Trentino nel contesto degli eventi sportivi.	L'azione è stata effettuata. In particolare attraverso: - produzione di materiali di visibilità Trentino per eventi ed atleti (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch) - materiali ad hoc per le maggiori regate del Circolo Vela Torbole, per ritiro estivo Hellas, Bari, per Rock Master, per Marcialonga... - realizzazione di doppia pagina pubblicitaria su Gazzetta dello Sport e Sport Week per la promozione dei ritiri estivi - produzione del flyer sport contenente i maggiori eventi sportivi dell'anno - partnership con il Consorzio Valle del Chiese per il ritiro dell'Hellas Verona, con APT Pine per il ritiro del Bari Calcio, dell'APT Brentonico per ritiro Chievo Verona

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sp	Eventi Sportivi e Atleti	Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, partnership e attività di carattere turistico e di interesse per Trentino Marketing	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnalano le attività di sponsorizzazione e partnership con: Nazionale sci austriaca, Ski Meeting Interbancario Europeo, Ski Sprint Primiero, Coppa Europa sci alpino Folgaria, Andrea Ballerin, Federazione Italiana Snowboard, Sole24Ore, Giro del Trentino, Coppa Europa sci alpino Andalo, Ritiro squadre basket del Bamberg. Si è lavorato in relazione a questi eventi/atleti al fine di valorizzare il marchio Trentino in connessione con gli stessi a livello mediatico, e, in casi specifici, attivare attività p.r. per lo sfruttamento dell'immagine degli atleti/squadre
Sport & Partnership sportive Ciclismo	Giro d'Italia	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Giro d'Italia in Trentino sono i seguenti: a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; c) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio; d) Attività promozionali e di comunicazione del Trentino e delle località trentine ospitanti le tappe del Giro d'Italia.	L'azione è stata effettuata. Nel 2016 Trentino ha avuto un arrivo di tappa ad Andalo (24 maggio), e una partenza di tappa il giorno successivo da Molveno (25 maggio). a) Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva b) Si è organizzato un viaggio stampa in sinergia con i Mercati e l'Ufficio stampa 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. Presenza di Svindal come testimonial Trentino a disposizione per fotografie ed interviste. d) Piano di lancio dell'evento in sinergia con l'APT di Andalo (sociale e stampa) e si è strutturata un piano di intrattenimento per la 2 giorni, per il pubblico e gli appassionti presenti.
	Tour de Pologne	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Tour de Pologne in Polonia sono i seguenti: a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; c) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio;	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: a) Trentino è stato promosso nella corposa campagna promozionale realizzata in Polonia.Massimissazione dei supporti promopubblicitari a visibilità Trentino. b) In occasione dell'evento si è organizzato una cena con circa 25 Tour operator polacchi in collaborazione con i tre ambiti facenti parte del Dolomiti Superski. Realizzazione stand al villaggio dell'arrivo con distribuzione materiali. c) Veicolazione delle proposte vacanza Trentino attraverso i canali social dell'evento e realizzazione interviste.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Eventi invernali	Mondiale Motocross	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito del Mondiale Motocross sono i seguenti: a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; b) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio;	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: La partnership si riferisce alla sponsorizzazione dell'intero circuito del Mondiale e allo svolgimento di una tappa del Mondiale a Pietramurata. a) Trentino è stato promosso nella corposa campagna realizzata dagli organizzatori in relazione alla tappa Trentina. Massimissazione dei supporti promopubblicitari a visibilità Trentino in tutte le tappe, con un rafforzamento particolare della visibilità in occasione della tappa di Pietramurata. b) Veicolazione delle proposte vacanza Trentino attraverso i canali degli organizzatori e realizzazione interviste.
	Mondiali MTB	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dei Mondiali MTB in Val di sole sono i seguenti: a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; c) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio;	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: a) Massimissazione dei supporti promopubblicitari a visibilità Trentino. Attività in sinergia con APT Val di Sole al fine di comunicare l'evento in Italia e all'Estero (realizzazione brochure tematica con voucher per l'accesso, promozione presso l'Allianz Arena, campagna pubblicitaria..) b) In occasione dell'evento si è organizzato un viaggio stampa in collaborazione con APT Val di sole. Realizzazione stand al villaggio dell'arrivo con distribuzione materiali. c) Veicolazione delle proposte vacanza Trentino attraverso i canali social dell'evento e presenza di esponente Trentino per interviste durante la diretta. L'azione è stata effettuata con riferimento al contenuto della nota D336/2016/595389/15-2014-4 del 10 novembre 2016 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport, protocollo TM 900/10 novembre 2016.
Sport & Partnership sportive	Convenzione Assessorato Sport Iniziative di valenza provinciale	Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di eventi sportivi, atleti e società di interesse turistico e territoriale	L'azione è stata effettuata, procedendo con la stipula dei relativi contratti e la valorizzazione degli stessi. L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2016 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 e sport Protocollo Trentino Sviluppo 1 agosto 2016, prot. 409086 del 2 agosto della PAT. Come da accordo, tale elenco di iniziative con il relativo importo è indicato dal Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport D336/2016/547913/15-2014-4 del 19 ottobre, protocollo Trentino Marketing 843 del 19 ottobre, e successivamente vagliato in Commissione (Verbale prot.974 del 16 dicembre 2016).
	Sponsorizzazioni Atleti e Squadre	Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di eventi sportivi, atleti e società di interesse turistico e territoriale	
	Grandi Eventi	Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di eventi sportivi, atleti e società di interesse turistico e territoriale	L'azione è stata effettuata, procedendo con la stipula dei relativi contratti e la valorizzazione degli stessi. L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2016 del "Fondo Marketing per la Promozione dello Sport". Tale elenco di iniziative con il relativo importo è stato condiviso e confermato dalla PAT-Assessorato alla cultura, cooperazione, sport e protezione civile (nota di Trentino Marketing protocollo 885 del 4 novembre e successiva nota D336/2016/594795/15/2014-4 del 10 novembre del dipartimento Cultura, Turismo, promozione e sport, prot Trentino Marketing 899 del 10 novembre).

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Eventi culturali e Montagna	I Suoni delle Dolomiti	Identità e unicità sono caratteristiche che hanno determinato il successo de I Suoni delle Dolomiti - unici perché ideati, proposti e gestiti dal Trentino e perché legati all'unicità dell'ecosistema dolomitico - e che, dopo 21 anni, si tratta di confermare innestandovi una più significativa azione di comunicazione internazionale. Il programma de "I Suoni delle Dolomiti" 2016 valorizzerà ulteriormente le caratteristiche di innovazione, di internazionalità e di qualità artistica e ambientale dell'evento, accentuando la sua "comunicazione integrata" con i territori coinvolti. Per far questo: • Le Dolomiti rimarranno al centro del festival • Verrà ridotto il numero degli appuntamenti a favore di una proposta artistica coerente con una comunicazione internazionale • Sarà rafforzata la relazione con gestori dei rifugi, Guide Alpine e Accompagnatori di territorio • Verrà generato valore economico a favore delle strutture, degli operatori e delle attività in quota, mediante la scelta di luoghi caratterizzati dalla presenza di rifugi o di impianti di risalita • Si legherà maggiormente l'evento all'ospitalità in valle e in quota creando un calendario sinergico, ove possibile, tra territori limitrofi, sviluppando e promuovendo, anche attraverso il web, pacchetti vacanza originali • Si favorirà inoltre ulteriormente la fidelizzazione del pubblico attraverso l'interazione con il sito web, i social network, la proposta di trekking musicali a tappe.	L'azione è stata realizzata. I "Suoni delle Dolomiti" è progetto di comunicazione di qualità per promuovere in Italia e all'estero non solo la bellezza delle Dolomiti, ma anche il loro essere un "ambiente amico", per la famiglia e per tutte le età. L'evento ha raggiunto anche nel 2016 gli obiettivi che si era prefisso ovvero: - comunicare e promuovere identità peculiari, di marca e buone pratiche del territorio - intercettare nuove tendenze e stili di vacanza - migliorare l'offerta complessiva del Trentino - attivare il passaparola; - creare rete di cultura territoriale; - conquistare visibilità e spazi giornalistici gratuiti sui media. Il festival ha registrato un ottimo risultato sia per quanto riguarda la comunicazione; - la rassegna stampa del festival infatti ha registrato oltre 300 articoli/servizi fra stampa off e on line, TV e radio, per un controvalore pubblicitario equivalente di oltre 2,7mln di €, sia per la presenza di pubblico: oltre 35.000 infatti le persone che hanno partecipato ai 19 eventi in programma.
	Dalla Guerra alla Pace	• Luoghi ed eventi dedicati al tema della Grande Guerra verranno inseriti tra i contenuti della comunicazione primavera estate 2016 • Verrà editata una pubblicazione plurilingue di taglio istituzionale e turistico dedicata i luoghi visitabili	L'azione è stata effettuata. E' stata editata la brochure Dalla Guerra alla Pace, 10.000 copie in italiano, 3.500 rispettivamente per la lingua inglese e tedesca, distribuita attraverso le apt, le pro loco e le istituzioni coinvolte, e un ampio spazio è stato riservato ai luoghi della memoria nell'ambito dell'attività di comunicazione online e offline - dal Mueso Storico della Guerra, alla campana dei Caduti, alla Rete dei Forti e alla Rete dei musei di Trentino Grande Guerra.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Eventi culturali e Montagna	Promozione montagna	Per quanto riguarda quelle in capo all'ufficio Cultura e Territorio si punterà su: • L'apertura prolungata e destagionalizzante dei rifugi dolomitici da fine settembre agli inizi di ottobre con il sostegno di proposte vacanza particolarmente attrattive che intrecciano l'ospitalità con attività culturali, sportive, enogastronomiche.	L'azione è stata effettuata. A partire dal mese di giugno in coincidenza con l'apertura dei rifugi è partito il lavoro di valorizzazione delle terre alte, che si è concluso in novembre e che si è concretizzato attraverso: - campagne on e off line; - realizzazione di 1 filmato dedicato al racconto delle terre; -miglioramento della rappresentazione dei rifugi, sul web e su feratel, attraverso la scritture di 140 nuove schede descrittive delle strutture, degli accessi e delle traversate e di 140 servizi fotografici per l'aggiornamento dell'archivio; -perfezionamento dei contenuti legati al mondo della montagna sulla piattaforma Alpstein
	Promozione Cultura	Proseguirà il progetto di promozione integrata dell'offerta culturale che coinvolgerà questi partner Mart Muse Castello del Buonconsiglio Museo di San Michele Rete dei castelli Servizio Attività culturali della PAT Trentino Marketing con azioni di comunicazione e marketing sia in Italia e all'estero Compartecipazione ai costi delle seguenti iniziative: Light of Christmas Road nell'ambito del Natale dei Popoli a Rovereto Mercatino di Natale di Ala Partecipazione del Coro Cima Tosa in Terra Santa in occasione dell'inaugurazione del Presepe di Tesero; Progetto Col Margherita Park alla scoperta delle Dolomiti Compartecipazione realizzazione mostra "Irregolari" organizzata presso il Palazzo Assessorile di Cles nel periodo 9 luglio- 9 ottobre sostegno per la realizzazione della mostra fotografica La Guerra Bianca- Palazzo delle Albere maggio-settembre 2016 sostegno per la realizzazioen del progetto Veni Creator	L'azione è stata effettuata attraverso: -campagne on e off line in Italia, Austria e Germania nel periodo maggio-settembre - conferenze stampa a Milano, Monaco, Praga e varie ospitalità di giornalisti; - Radio2playRovereto: evento organizzato da Radio2Rai e la collaborazione di numerosi soggetti territoriali: tre giorni di trasmissioni e incontri dal Mart con i protagonisti e gli ascoltatori di Radio2 Rai (Il Ruggito del Coniglio, Caterpillar, Radio2 Social Club, Decanter) e il coinvolgimento di molte realtà turistico-territoriali del Trentino e della Vallagarina; - è stata edita la brochure Arte della Vacanza 13.500 copie in italiano, 4.500 rispettivamente in inglese e tedesco, dedicata all'offerta culturale delle eccellenze provinciali e distribuita attraverso le apt, le pro loco e le istituzioni coinvolte; - organizzazione de Il Trenino dei Castelli in collaborazione con le Apt della Val di Non (capofila), di Sole, e di Trento. - Si è dato seguito, attraverso la stipula dei relativi contratti con riferimenti alle specifichhe azioni, alle indicazioni della Pat - Assessorato all'Agricoltura, Foreste, Tirismo, Promozione caccia e Pesca e/o Del Servizio Attività Culturali

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Manifestazioni ed eventi enogastronomici	Promozione settore Vitivinicolo	1. Piano di promozione del settore vitivinicolo articolato in due parti, Trentodoc e gli altri vini di qualità del territorio a seguito di un contratto di partenariato siglato in data 24/3/2014; Attività quali Prowein e Vinitaly Collaborazioni con altri enti quali la Camera di Commercio di Trento, le Apt e le Strade del vino e dei sapori 2. Su indicazione della PAT, siglato accordo con Strada del vino e dei sapori del Trentino per coordinamento eventi enologici del trentino. 3. Realizzazione di uno spazio dedicato alla promozione del turismo enogastronomico all'interno di Vinitaly	1. Tutte le azioni definite nel piano di promozione del settore vitivinicolo concordato con il Consorzio Vini del Trentino sono state effettuate. 2. Tutte le azioni definite nell'accordo con la Strada del vino e dei sapori del Trentino sono state effettuate. 3. Lo spazio dedicato al turismo enogastronomico è stato realizzato in collaborazione con le Apt e Strada del vino e dei sapori
	Grappa Trentina	Piano di promozione del settore grappicolo declinato in attività di comunicazione ed in momenti di promozione sul territorio e nei confronti del sitema ricettivo e della ristorazione sia sul territorio provinciale che fuori.	Le azioni, presentate e concordate nel piano di valorizzazione del settore grappicolo, sono state effettuate. Quattro eventi in Trentino a Santa Massenza dedicati alla stampa nazionale e agli opertori del settore ricettivo e sei appuntamenti riservati alla stampa e agli operatori in città importanti quali Milano e Roma.
	Fruit Logistica Berlino e Fruit Attraction Madrid	Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale Fruit Attraction Madrid: comarketing con Apot per valorizzazione marchio trentino e marchio di qualità	Le azioni sono state effettuate in collaborazione con Apot, Consorzio Melinda, Consorzio La Trentina, Cooperativa Sant'Orsola. Per quanto riguarda Berlino, lo spazio trentino era di 235 mq personalizzato Trentino con un'area ospitalità dedicata ai prodotti a marchio di Qualità Trentino mentre per Madrid è stato effettuato un comarketing.
	Albe in Malga e Trentino SkiSunrise	**Albe in Malga**: ogni sabato mattina di luglio e agosto in circa 35 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. **TrentinoSkisunrise**: iniziativa che da gennaio a marzo 2015, ogni sabato proporrà 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, infondendo buone pratiche nell'ambito della corretta nutrizione.	Le azioni Albe in Malga e Trentino Ski Sunrise sono state effettuate in collaborazione con Apt, Strade del vino e dei sapori, operatori delle strutture ricettive, guide alpine ed accompagnatori di territorio. L'investimento che Trentino Marketing ha sostenuto ha riguardato la realizzazione della grafica coordinata per i materiali informativi degli eventi, l'attività di comunicazione, l'organizzazione di servizi fotografici e video.
	Latte in festa	Al fine di sensibilizzare il consumo di latte trentino e di tutti i suoi derivati sono stati realizzati due weekend denominati "Latte in festa" in quattro ambiti territoriali provinciali (Val di Non, Primiero, Val di Sole e Val di Fiemme).	
	Strade del Vino	Implementazione sito tastetrentino.it	Azione attivata attraverso l'aggiornamento dei contenuti generali del sito e nella gestione della mail di riferimento (richieste informative)
	Artigiano in fiera	Artigiano in Fiera 2016: 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 tradizionale ed alla promozione turistica.	L'azione è stata effettuata. Sono state realizzate due aree distinte: una di 100 mq riservata al comparto turistico con compartecipazione diretta di Apt per la promozione del territorio. L'altra, più importante di 1100 mq dedicata alla valorizzazione dell'artigianato artistico e agroalimentare del Trentino. Inoltre hanno compartecipato anche i grandi consorzi del comparto agricolo e l'associazione ristoratori del Trentino per la realzzazione dell'osteria tipica trentina.
	Azioni di promozione del settore lattiero-caseario	Attività di sostegno e valorizzazione del settore lattiero-caseario con l'organizzazione di specifiche iniziative. Riferimento lettere PAT (prot. TM 578 e 900/2016)	Le azioni sono state effettuate come da indicazioni tranne il progetto Casearia Monti trentini. Il budget 2016 per questa attività è stato rinviato al piano 2017.
	Marchio di Qualità Trentino	Rilancio del MQT attraverso un progetto di medio lungo periodo con la collaborazione dei produttori e della GDO locale e una campagna di comunicazione specifica a livello locale	Le azioni sono state effettuate nei mesi da settembre a dicembre.
	Altre attività promozione Prodotti	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.	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), azioni di promozione delle produzioni in affiancamento alla Pat - Servizio Agricoltura quali Festa della Biodiversità e Agriacma

Il piano delle azioni di Marketing

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Germania	Fiera ITB - Berlino	ITB Berlino marzo	L'azione è stata effettuata.
	Altre Fiere	Compartecipazione alle fiere CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg, T&C Lipsia	L'azione è stata effettuata.
	Ufficio Stampa	Attività di PR: - rafforzare ulteriormente i contatti personali con i media con visite a redazioni, viaggi stampa individuali e di gruppo (vacanza attiva), newsletters, inviti selezionati ad eventi (3Tre, Bike Festival, FC Bayern, Sportscheck Testival, ecc.). - PR on-line. Incrementare contatti con TV, Radio e Magazine di settore. - 1 conferenze stampa a München all'Allianz Arena, 2 incontri stampa a München (primavera e autunno). c In collaborazione con Agenzia TOC	L'azione è stata effettuata. Budget in parte spostato su ufficio Media & Pr, ed ivi rendicontate a tale scopo. Sul mercato sono rimasti i costi di realizzazione e revisione dei testi per off e on line.
	ADAC Trentino	Co-marketing ADAC: evento Adac Trentino Classic a Riva del Garda dal 19 al 23 settembre. ADAC REISEMAGAZIN la rivista di viaggi (monografico bimestrale) più venduta ed autorevole di tutta la Germania. Il numero 2/2016 esclusivamente dedicato al Trentino.	L'azione è stata effettuata con successo ed in sinergia con il territorio. L'azione con lo scopo di confermare l'immagine del Trentino sul mercato tedesco come meta turistica di eccellenza sotto il punto di vista paesaggistico, enogastronomico, culturale, di proposte vacanza di ogni tipologia, è stata effettuata con successo. Sono stati anche coinvolti nel progetto numerosi partner che hanno acquistato spazi pubblicitari: Apt San Martino di Castrozza; Apt val di Fiemme; Apt Dolomiti Paganella; Dolomiti Superski; Parc Hotel Du Lac Levico; Camping Lago di Levico; Camping Punta Lago Calceranica.
	SportScheck	Co-marketing SportScheck: Premiun Partner nella campagna Outdoor: vetrine, distribuzione brochure alle casse dei negozi , presenza nei punti vendita, newsletter (600.000 iscritti) e mailing specifici, redazionali nel web e presenza nei canali social, 2 concorsi a premi on line, pagine promozionali nei cataloghi (1,3 mio), eventi quali Trailrunningcamp Levico, Outdoor Testival a Molveno, test di prodotto bike e trekking sul territorio, presenza nelle 20 maratone in Germania e finale serie Maratone a Riva del Garda (Half Marathon 13novembre), ecc.	L'azione è stata effettuata con il supporto di Communico (soggetto incaricato da Sportscheck per seguire la partnership) secondo quanto prevesto; in particolare riguardo gli eventi si segnala: • Il Trailcamp di Levico (9 – 12 giugno) ha avuto buona risonanza sul web/mondo social. • Il Testival di Molveno (7-10 lugio) è stata l'edizione con il maggior numero di partecipanti e sponsor tecnici di sempre.
	Promocommerciale Estate - Web Marketing	Speciale/magazin allegato, advertorial – web-marketing Partnership con - Sportscheck, DAV. Campagna web marketing incentrata su tematiche presentate sulle moodboards di visittrentino: mantagna, lago, trekking, bike, cultura, family, food&wine.	L'azione è stata effettuata tramite la veicolazione di un magazin e campagna web coinvolgendo le APT.
	Promocommerciale Inverno	Inverno Sci-Wellnes-Fitness: speciale/magazin solo per il web, advertorial – web-marketing; collaborazione con DSLV.	L'azione è stata effettuata. Si è deciso di concentrarsi sulla campagne web, che atterrava su visittrentino con le tematiche sci, family, fondo e ciaspole, freeride, Genuß e cultura. Promozione tramite i canali DSLV.
	ADV Estate Inverno Comarketing DAV	- Collaborazione con Eurosport: campagna TV paneuropea inverno. Promozioni di eventi di rilievo internazionale in Tv, Internet, web Tv. - Collaborazione con DAV (CAI tedesco): test di prodotto bike e trekking, collaborazione con la sezione viaggi, promozione nei simposi/eventi - Azioni web marketing Campagne di posizionamento, Video strategy con la creazione di un canale Yourtube internazionale Creazioni di contenuti ad hoc e di digital moodboard. Campagna Web estate/inverno: adwords, co-brand, affiliazioni,speciali, newsletter, ecc, in un ottica di cross device (mobile, tablet, e web) - Progetto social su facebook, twitter, flikr, youtube. Azione di selezione e presenza nei blog specifici di bike e trekking e acquisizioni di testimonianze, opinion leader, influencer. Azione di selezione e ricerca di web opinion leader che diventino testimonial del Trentino creazione di una base dati dettagliata. - Realizzazione del numero monografico GEO SAISON EXTRA TRENTINO che uscirà a marzo 2017, in collaborazioen con le APT e operatori e partner del Trentino. - Realizzazione della campagna cultura nella primavera e autunno 2016 su diverse testate in Germania e Austria (azione rendicontata dall'Area Cultura e Territorio).	L'azione è stata effettuata. Campagna panaeuropea TV con Eurosport realizzata. Collaborazione con DAV realizzata nelle presenze ai loro eventi, come test di prodotto e come sviluppo prodotto ed inserimento di nuove destinazioni all'interno del loro catalogo. Web marketing : campagna estiva ed invernale realizzata. La campagna invernale è stata programmata fino al dicembre 2016. Rivisitazione e creazione di contenuti ad hoc per la realizzazione delle moodboard del portale. Il progetto social è stato posticipato di un anno: si è pritenuto opportuno concentrarsi sulla realizzazione del portale. E' stata comunque realizzata un'azione social con le nostre partnership e in vista dei grandi eventi. E' stata attuata un'azione di monitoraggio dei web opinion leader ma non sono state attuate azioni specifiche se non quelle previste all'interno della Partenrship con Sportscheck. **Azioni aggiuntive:** realizzazione di 2 nuovi spot e conseguente veicolazione Tv, web. Per l'inverno spot realizzato con i campioni dello sci Axel Lund Svindal e Bode Miller e 4 mini-video da utilizzare su youtube e nei canali.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Germania	Partnership FC Bayern - DSLV (Ass. Maestri Sci) - Peter Schliekenrieder	Partnership con FC Bayern: realizzazione di evento all'Allianz Arena con distribuzione materiale, incontro di PR, presentazione del Trentino (14 maggio); organizzazione del workshop sponsor a Riva del Garda (20 – 22 aprile); pagina ADV in alcunele uscite del Magazine ufficiale; promozione sul web, invio newsletter, organizzazione di concorso a premi e campagna con visibilità su tutti i media on-line e social media di FCB; progetti con il FCB Kidsclub ad Andalo, Arco, Primiero (promozione su Magazin e online e social); partita amichevole Bayern AllStars e Man AllStars sul Garda Trentino (7 giugno); ritiro estivo precampionato della squadra giovanile Under 23 (Trento, giugno), Under 15 (Castello Tesino, agosto), Under 14 (Sella Giudicarie, agosto). Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): realizzazione di eventi in loco (seminari e Forum), collaborazione con le scuole di sci, veicolazione del marchio Trentino. Azioni di PR, promozione nei canali social. Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMSI. Partnership con Peter Schliekenrieder (campione olimpico): utilizzo della sua immagine in conferenze stampa, promozione off e online, attività PR per prodotto vacanza attiva, presenza ad eventi, ecc.	L'azione è stata effettuata. FC Bayern: azioni realizzate come da piano ed in parte rendicontate su capitoli diversi. Eventi Allianz Arena congiuntamente con Pr e Media, ritiri squadre giovanili BU Sport. DSLV : azioni realizzate come da piano su tutte le varie voci.In particolare il Forum annuale, tenutosi in Val di Fiemme (8 – 10 aprile) ha visto una grande partecipazione (oltre 220 iscritti) e il positivo coinvolgimento dell'Associazione Maestri di Sci AMSI. Partnership Peter Schliekenrieder: portate a termine tutte le azioni previste dal contratto. In aggiunta l'evento Eurobike, inizialmente non previsto nel contratto. Attivita web per campagna ispirazionali inverno.
	Trentino Trekking	Trentino Trekking: - realizzazione di uno speciale booklet Alpin dedicato al mondo Trekking e Rifugi; - Collaborazione con DAV. - Attività di stampa e PR.	Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le APT. In aggiunta azione specifica con Alpin come la realizzazione di un FotoTrekking Dolomiti.
	Trentino Bike	Trentino Bike: realizzazione della brochure Outdoor Playground, distribuita anche nelle azioni SportScheck e in occasione degli eventi bike. Partecipazione ad eventi di settore quali Bike Festival Garda Trentino, Bike Festival Willingen, Eurobike, E-Bike Days a Monaco e UCI in Val di Sole. Collaborazione con DAV . Attività di stampa e PR.	Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con tutte le APT e i Consorzi Pro Loco di Ledro e Valli Giudicarie sui mercati D-A-CH in compartecipazione sui mercati CZ e PL. Quest'anno si sono realizzate più attività di advertorial. Una particolare attenzione è stata data alla Svizzera. Campagna web su siti specilizzati in D-A-Ch sulel discipline enduro, cross country e gravity bike parks.
	Co-marketing con TO - vacanza estiva	Collaborare con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi e siti web studiando insieme proposte e servizi ad hoc. Selezione TO per GBT inverno. Collaborazioni con TO online e OTA. Campagna Trivago: Compartecipazione per il progetto di distribuzione delle strutture ricettive trentine attraverso MyHoteShop su metamotore Trivago: si impegnano 3.000€ a favore dell'APT che hanno aderito al progetto. Hanno aderito 7 Apt per il periodo di Test 2016.	L'azione è stata effettuata. Vedi progetto "Trade Europa": Europlan (Dertour + ADAC), Thomas Cook (Neckermann), TUI UK. Tui Germania, MTS
Mercati Internazionali - Gran Bretagna	Web marketing e PR	**Azioni rivolte al consumer** - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania **Attività di PR:** - azioni di PR con stampa specializzata e media anche in occasione di eventi, visite redazioni e press trip individuali, clipping service. - Aumento presenza Trentino sulle maggiori guide on e off-line. - Realizzazione speciali.	L'attività è stata effettuata. Attività di Media&PR rendicontata dall'ufficio Media&PR. Produzione del magazine invernale (20.000 copie) e del magzine estivo (20.000 copie). Realizzazione inserto LIFE in inglese.
	Trade	Collaborazione con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc. - Serate per agenti di viaggio ed eductour in loco. - Selezione TO per GBT inverno. - Possibile co-marketing con Ski Club e con altri portali di sport invernali: publiredazionali, banner, ampliamento destinazioni nelle guide di settore. - Workshop a Londra. - Stimolare/aumentare l'offerta "Trentino" dei TO, soprattutto medio-piccoli e di nicchia.	L'azione è stata effettuata con parziali modifiche. Realizzazione di un Workshop a Londra con la compartecipazione di 10 Apt , L'unica attività non realizzata, che era ancora in discussione è stato il co-marketing con Ski Club. In aggiunta si sono ampliate le attività con i TO Altre attività Trade sono rendicontate nella sezione "Trade Europa".
	Fiera WTM - Londra	Partecipazione alla fiera WTM di Londra (novembre) rivolta a trade e stampa	L'azione è stata effettuata in compartecipazione con Apt, consorzi e Tour operator incoming.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Olanda Belgio	Fiera Vakantiebeurs - Utrecht	Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht (gennaio) rivolta a trade e pubblico	L'azione è stata effettuata con la compartecipazione delle APT.
	Ufficio Stampa	In collaborazione con Agenzia Aviareps: - Attività di PR: press trip individuali e di gruppo, visite redazioni, eventi, PR online e attività con web opinion leader, collaborazioni con TV, ecc..; - Collaborazione con gruppo ANWB: redazionali, advertorial; - potenziamento della presenza di località trentine sulle maggiori guide on e off-line.	
	Promocommerciale Estate	Estate: allegati a riviste tematiche - web marketing, partecipazione a fiere di settore - Caravana, Leeuwarden (gennaio), open air - Fiets en Wandelbeurs – Amsterdam (gen/feb) - Anversa (B). - Bergsportsdag NKBV (marzo), vacanza attiva - web marketing	Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le apt e consorzi.
	Varie	Azioni per l'inverno ed estate. Estate: promozione bike in collaborazione con rivista di settore belga. Estate: realizzazione del magazin estate . Estate: azioni marketing e PR in occasione delle tappe NL del Giro d'Italia. Selezione TO per GBT inverno.	L'azione è stata effettuata. L'azione è stata effettuata. L'azione è stata effettuata in collaborazione con le APT.
Mercati Internazionali - Russia	Promocommerciale inverno	Azioni rivolte al consumer: - Azioni web marketing: sono previste alcune azioni di web marketing e di content curation. - Realizzazione magazine inverno.	Realizzazione dei testi per il portale. Realizzazione campagna web. Produzione di un magazine invernale e veicolazione in collaborazione con TO.
		Radio Italia: co-marketing Radio Italia per promozione dell'immagine del Trentio in Italia e all'estero. - spot Radio Italia - Posizionamento logo su web, azioni e campagna off line. - spot audio - organizzazione Meet&Greet con partner privilegiati. - Attività social	Azione realizzata parzialmente
	TO e linee aeree	Attività con trade: - Progressiva riduzione dei co-marketing con i TO rivolti all'inverno e degli eductours (Gen-Mar). Si prediligerà il rapporto con la stampa/TV e azioni web - Workshops: GBT inverno ed altri workshop in alcune città russe. - Azione di ricerca di web opinion leader ed influencer che diventino testimonial del Trentino. - Realizzazione Focus Russia. - Concorso online con Eros.	L'azione è stata effettuata: realizzati workshop a Mosca e San Pietroburgo in compartecipazione con le Apt e door to door. Attività di Media&PR rendicontata dall'ufficio Media&PR Azione realizzata. Il Focus è stato presentato in occasione del GBT inverno alla presenza di APT e operatori. Azione non effettuata causa cancellazione date russe; azione posticipata alla stagione invernale e realizzata

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Repubblica Ceca	Promocommerciale Estate	Estate: web-marketing (vedi Progetto Bike)	L'azione è stata effettuata.
	Promocommerciale inverno	Inverno: allegato o speciale su riviste di settore e di target medio-alto, web-marketing	L'azione è stata effettuata: Campagna web realizzata. Non è stato realizzato inserto off line promocommerciale ma magazine ispirazionale (200.000 copie) rendicontato su Adv
	ADV TV e WEB	Azioni rivolte al consumer: - Eurosport: campagna TV paneuropea inverno gennaio-febbraio e ottobre-dicembre. - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania	Campagna panaeuropea TV con Eurosport e campagna invernale Web marketing effettuate. Produzione di un magazine invernale e veicolazione tramite quotidiani e periodici (200.000 copie). Realizzazione di un magazine estivo e veicolazione tramite quotidiani e periodici (240.000 copie).
	Progetto Trekking	Realizzazione Festival dell'Alpinismo in collaborazione con il progetto Trentino Trekking. Veicolazione brochure outdoor in collaborazione con Trentino Trekking e Trentino Bike.	L'azione è stata effettuata.
	Progetto Bike	Realizzazione brochure outdoor in collaborazione con Trentino Trekking e Trentino Bike.	L'azione è stata effettuata.
	Varie	Partnership con Katerina Neumannova quale testimonial promozione vacanza multisport - Partnership con Jaroslav Kulhavy (campione olimpico mtb 2012): utilizzo della sua immagine in qualità di testimonial in conferenze stampa, viaggi stampa, promozione off e online, attività PR per prodotto bike, produzione di materiale fotografico e video -Azioni trade: Selezione TO per GBT inverno.	Le azioni sono state effettuate.
Mercati Internazionali - Mercato Polonia	Ufficio Stampa	**Attività di PR:** - Incontri stampa : Varsavia, in primavera e in autunno; viaggi stampa individuali: estate bike e vacanza attiva, inverno sci - rafforzare e incrementare i contatti personali con i media, TV, radio e opinion leader con visite a redazioni e road show, newsletter, inviti selezionati ad eventi (Giro D'Italia, Rock Master, ecc,…) - PR on-line. Azione di selezione e ricerca di web opinion leader ed influencer che diventino testimonial del Trentino.	L'azione è stata effettuata. Attività di PR & Media rendicontata dall'ufficio Media&PR.
	Promocommerciale Inverno	- Azioni Promo-commerciali con Apt: Inverno: allegato o speciale su riviste di settore e di target medio-alto, web-marketing	L'azione è stata effettuata. Realizzata campagna web Non è stato realizzato inserto off line promocommerciale ma magazine ispirazionale rendicontato su altra voce.
	ADV TV e WEB	- Eurosport: campagna TV paneuropea inverno. - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania	L'azione è stata effettuata. Campagna panaeuropea TV con Eurosport realizzata. Web marketing : campagna invernale realizzata. Produzione di un magazine invernale e veicolazione tramite quotidiani e periodici (480.000 copie). Realizzazione di un magazine estivo ispirazionale. (250.000 copie)
	Progetto Bike	- Realizzazione del Flyer Trentino Bike distribuito in occasione di 5 gare Skandia e del Tour de Pologne - Attività di stampa e PR - realizzazione campagna web	L'azione è stata effettuata. Veicolazione flyer Trentino Bike azioni di PR con stampa.
	Varie	-Co-marketing con l'associazione di Maestri di Sci SITN: newsletter, banner, redazionali, ecc. Coinvolgimento dell'Associazione Mestri di Sci AMSI. Azioni rivolte al consumer: - Sponsorizzazione del Tour de Pologne. Azioni trade: - Incontri rivolti alla ricerca di piccoli/medi T.O interessati al prodotto estivo, educational per product manager. - Workshops: GBT - Ricerca sul posizionamento del Trentino e le potenzialità di sviluppo del prootto montagna.	L'azione è stata effettuata. Comarketing con SITN e azioni collaterali, compresa la collaborazione con AMST. Sponsorizzazione Tour de Pologne: realizzazione gadget e servizi vari. Creazione contenuti per magazine inverno e portale inverno. Azioni trade: Workshop GBT: vedi voce "Good Buy Trentino". - Azione realizzata. La ricerca è stata completata e presentata agli operatori del Trentino in occasione di una giornata di approfondimento alla quale ha partecipato anche l'ambasciatore PL in Italia, in collaborazione con PAT.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Trade	Trade Europa	**Scandinavia:** - ricerca e selezione T.O. per GBT inverno - Workshop a Malmö e Goteborg Attività di PR: - azioni di PR con la stampa specializzata e organizzazione di press trip individuali; **Germania:** Collaborare con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc. Selezione TO per GBT inverno Collaborazioni con TO online e OTA **Gran Bretagna:** Collaborazione con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc. - Serate per agenti di viaggio ed eductour in loco- Selezione TO per GBT inverno. - Possibile co-marketing con Ski Club e con altri portali di sport invernali: publiredazionali, banner, ampliamento destinazioni nelle guide di settore.	Le azioni sono state effettuate. **Scandinavia:** si sono realizzate le azioni come da piano: workshop a Malmö e Goteborg in collaborazione con le Apt. Altre attività Trade sono rendicontate nella sezione "Good Buy Trentino". Attività di PR & Media rendicontata dall'area PR & Media. **Germania**: attività di co-marketing con Neckermann. Der Tour e Adac per implementazione del prodotto estivo nei cataloghi e promozione congiunta. **Gran Bretagna**: attività di co-marketing con Thomson per implementazione del prodotto estivo nei cataloghi e promozione congiunta. Campagna web con Ski Club of Great Britain, On the Snow, Jet2Ski, Welove2ski con ampliamento destinazioni nelle sezioni "destination guide". Selezione dei TO che è stata fatta per GBT inverno.
	Trade Mondo	**Azioni mercati trade**: - PR: contatto con istituzioni e associazioni di categoria (TO e ADV), acquisizione di informazione e dati, - Collaborazione con trade: - Realizzazione di eventuali workshop con partner interessati (apt) - Workshops: GBT inverno **- Azioni mercati scouting:** - Collaborazione con trade: - door to door, serate informative/workshop con agenti di viaggio, educational, - Progetto "Trentino Dolomites & Lake Garda"	Le azioni sono state effettuate. - Sono stati realizzati workshop e door to door in paesi scouting come Corea e USA in collaborazione con le Apt e la PAT. - Israele in collaborazione con Aeroporto Verona e CCIAA Verona. - Sono stati inoltre realizzati fam trip in Trentino con operatori cinesi e brasiliani per la promozione del prodotto invernale. E' stato realizzato un progetto eccellenza "Trentino Dolomites & Lake Garda" per la promozione sul mercato americano degli hotel a 4S* e 5*: realizzazione di cocktail party e sales calls a New York New Jersey, Connecticut,
Mercati Internazionali - Mercati Trasversali	Transfer	Fly Ski Shuttle: Sviluppo 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). - Mettere a conoscenza del progetto nuovi operatori italiani e stranieri. - Avviare delle stabili relazioni con aeroporti e compagnie aeree per incrementare il numero di voli dai nostri mercati di riferimento. Promozione - 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. Flixbus: inizio possibile collaborazione per ampliamento collegamenti.	L'azione è stata effettuata. Definito il progetto nei tempi necessari, ampliate le corse e gli aeroporti, realizzato il nuovo sito di prenotazione online con la creazione di widget distribuiti a Apt e ai soggetti interessati (consorzi, singole strutture, ecc...) per una migliore promozione del servizio. Realizzato materiale promozionale. Collaborazione con Terravision. Promosso il servizio sia sul web che off line.
	Campagna ADV internazionale (testimonial)	Azione riferita alla pianificazione campagna TV-EUROSPORT inverno 2015/2016 sui mercati Germania - Repubblica Ceca - Polonia	L'azione è stata effettuata. Realizzazione di spot promozionali Trentino con testimonial di rilievo come Aksel Lund Svindal e Bode Miller. Oltre agli spot da diffondere tramite TV (Eurosport) sono state realizzate delle "pillole" da veicolarsi sul mondo web. Realizzazione cofanetto con i vari video e brochure "dietro le quinte" (costo realizzazione spostato sul 2016).
	Campagna social / web marketing	- Progetto di sviluppo azioni di social media sui mercati internazionali.	Azione non realizzata.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Good buy trentino	The Alps		L'azione è stata effettuata. Partecipazione ad un evento composto da workshop con accento particolare sul turismo invernale nelle Alpi alla presenza di oltre 120 tour operator per la promozione del turismo alpino. Realizzato il Symposium, giornata di studio/approfondimento con la presentazione di una ricerca sul Winter Tourism in the Alps seguita da tavola di discussione con importanti esponenti dal mondo del turismo invernale. Creazione e sviluppo di rete di collaborazione tra regioni alpine.
	GBT	Trentino Marketing intende proporre questi momenti di forte personalizzazione, invitando direttamente gli operatori nazionali ed internazionali sul territorio attraverso un grande "workshop provinciale" offrendo a ciascuno: - opportunità di incontri business to business approfonditi tra operatori della domanda estera e italiana e operatori dell'offerta del Trentino; - momenti di accoglienza, di convivialità; - supporto agli operatori della domanda con informazioni dettagliate su tutti gli aspetti dell'accoglienza e del territorio; - post-tour sul territorio mirati e personalizzati. **PROMOZIONE:** - L'organizzazione dovrà vedere il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, dei Consorzi di Commercializzazione, 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	Azione effettuata in collaborazione con APT Paganella. Realizzazione di un evento composto da: - workshop B2B con 80 TO da tutto il mondo e circa 100 seller trentini - organizzazione di 3 eductour sul tema invernale (sci, fat bike, winter walking); - realizzazione Focus Russia (vedi mercato Russia).

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	Comarketing Mice	Compartecipazione/sostegno alle attività on/offline del Trentino Mice Convention Bureau e supporto alla formazione dedicata agli operatori del settore	L'azione è stata effettuata. Sono state effettuate 3 giornate formative rivolte agli operatori aderenti al Convention Bureau. Sono stati gestiti direttamente 9 eventi Mice, 1 educational al quale hanno partecipato 15 Aziende Leader del panorama italiano. E' stata implementata una campagna online con rimando al sito trentinocb.it , partecipazione diretta a 5 appuntamenti B2B
	Comarketing/mobilità	Valutare azioni di partnership con il trade, per rafforzare i flussi rivolti al B2B e B2C, incentivare l'utilizzo dei vettori aerei e potenziare la promozione tramite azioni di P.R. e newsletter il servizio Fly Ski Shuttle	L'azione è stata effettuata. Sono state organizzate 3 azioni B2B in ADV e TO di Bari e Palermo e Catania in partnership con Volotea alle quali hanno partecipato direttamente le APt del sistema Skirama oltre ad azioni dirette tramite social network e campagne web
	Comarketing GTO 2000	Comarketing /sostegno alle attività offline di comunicazione su network di 100 TV Areali	L'azione è stata effettuata. E' stata pianificata una campagna di spot a sostegno di format TV con pianificazione settimanale su un network di 100 TV Areali in compartecipazione con i territori.
	Comarketing ERICKSON	Comarketing per avvicinare utenti Erickson al Trentino	L'azione è stata effettuata: Stand: presso il Palacongressi di Rimini in occasione del Convegno di novembre dedicato alle "Metodologie didattiche innovative". (5000 insegnanti) Lo spazio (4x2m): distribuiti materiali promozionali a scopo di promozione e contatti con i congressisti; pubblicazione del logo "Trentino" sul materiale informativo e sul materiale istituzionale edito per la promozione del convegno "Metodologie didattiche innovative" di Rimini (locandine postalizzate, brochure informativa, ecc); pubblicazione del logo "Trentino" sulla pagina dedicata al convegno inserita nel catalogo annuale; pubblicazione di un link "Trentino" sulla home page del sito dedicato al Convegno; proiezione di video del Trentino in occasione del Convegno dedicato alle "Metodologie didattiche innovative". Spazio dedicato al Trentino all'interno della newsletter inviata a circa 160.000 iscritti (1); Presenza di un totem Trentino con materiale informativo presso la sede Erickson di Gardolo e distribuzione materiale durante i corsi residenziali; (22 corsi formativi in sede) Presenza di un totem con materiale informativo Trentino durante tutti i Convegni organizzati fuori sede dedicati al Metodo Analogico Intuitivo di Camillo Bortolato. (6 convegni in Italia – circa 900 partecipanti)
	Comarketing Sport Promotion Camp Multisport	Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno attività di Tour Operating con Sport Promotion per la veicolazione dei "Camp Multisport" 6 - 18 anni in Italia.	L'azione è stata effettuata. Partecipazione alla serata di presentazione delle attività alla stampa ed ai maggiori circoli sportivi /influencer di Milano ed Interland (a febbraio) Di seguito le azioni pianificate: Campagna di comunicazione da gennaio a settembre su La Gazzetta dello Sport e su tutte le testate del gruppo (Corriere della Sera, Io Donna, Oggi, Sport Week, ecc.) con inserzioni e articoli. 1 pagina pubblicitaria dedicata sul catalogo e sulle brochure divulgate da Sports Promotione e inserite sui siti di GazzettaSummerCamp, Sports Promotion e Sport&School. Presenza del logo Trentino sui siti dedicati GazzettaSummerCamp, Sports Promotions, Sport&School e Sport and Holidays.
	Bollettini Neve	Distribuzione bollettini Neve online su piattaforma Skiinfo per il lancio della stagione invernale	L'azione è stata effettuata. La distribuzione di bollettini neve sui principali canali web costituisce un elemento fondamentale di promozione del prodotto turistico invernale. Skiinfo rappresenta il principale network di distribuzione dei dati a livello europeo.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	On Line Italia	**Azioni online:** - Aumentare la brand awarness e la forza di "ispiration" della comunicazione - Creare "Nuova domanda" acquisendo turisti che non hanno scelto il Trentino (Ispiration) - Aumentare i flussi nelle ali stagionali (destagionalizzare) - Aumentare accessibilità in rete dei servizi offerti dal territorio (diversificare proposte seguendo insight di mercato) - Aumentare accessibilità alle informazioni turistiche per segmenti specifici di mercato (verticalizzare la promozione ed il presidio della rete per cluster) - Aumentare la base dati del Trentino (CRM e Business Intelligence) - Guadagnare conversazioni, mention, e prescription dai turisti che sono stati in Trentino. - Aumentare la sinergia e la collaborazione con gli attori del territorio in primis con le APT - Attivare partnership con portali segmento viaggi (es. Tripadvisor, Trivago, Kayak, ecc) sia web che mobile per promuovere i servizi turistici in accordo con i partner territoriali - (KPI: N. partnership, N. traffico veicolato dal partner, N. richieste e prenotazioni indotte) - Guadagnare conversazioni tematiche sarà l'obiettivo principale delle attività degli "Insider di Prodotto" : prima della vacanza offrendo un servizio in tempo reale al potenziale turista (Social Caring) e dopo la vacanza attraverso il coinvolgimento e la fidelizzazione	L'azione è stata effettuata. Presenza su importanti portali viaggio quali Edreams, .siviaggia.it (sezione viaggi di libero.it e virgilio.it) generando decine di milioni di impression attraverso svariati formati pubblicitari. Le collaborazioni annuali ci hanno permesso di promuoverci anche durante le code stagionali senza interruzione tra estate ed inverno. Attraverso i Google Adwords ci siamo proposti a quegli utenti che erano alla ricerca non solo di una vacanza in Trentino, ma anche di più generiche "settimane bianche", "offerte weekend" o "vacanze in montagna" permettendo di creare "Nuova Domanda" di vacanza in Trentino. Il concorso sponsorizzato su www.perilmiobimbo.com ci ha dato la possibilità di aumentare il database di utenti a cui poter inviare le news sul Trentino turistico di 20 mila unità. A questi numeri si sono aggiunti gli utenti acquisiti dal consueto form d'iscrizione alla newsletter del Trentino su www.visittrentino.it. Altre azioni sono state fatte attraverso l'attività degli insider ed anche degli Hub tematici presenti su visittrentino.it per promuoverci nei confronti di utenze specifiche quali gli sciatori e gli appassionati di sport invernali, gli appassionati di escursionismo, alpinismo, mountain bike ed altre attività outdoor tipiche della montagna, proponendoci su siti web specifici quali ad esempio www.sportoutdoor24.com, www.planetmountain.com, www.neveitalia.it, www.dovesciare.it e www.skiinfo.it. Promozioni specifiche in merito a specifiche commerciali sono state fatte attraverso i principali quotidiani online italiani (corriere.it, repubblica.it ed importanti quotidiani regionali) per permettere anche la geotargetizzazione del messaggio e proponendoci ad utenze specifiche in periodi specifici (campagna in occasione dei singoli patroni di grandi città). Presenza su siti di offerte quali www.subito.it e www.bakeca.it per la promozione specifica anche degli appartamenti vacanza all'interno di sezioni dedicate. Promozione anche con l'utilizzo delle moderne tecniche del Native Advertising attraverso i network di Ligatus e di Outbrain, tra le principali concessionarie italiane in quest'ambito. Vi è stata un'intensa promozione in ambito Social soprattutto attraverso i nostri profili Facebook e Twitter per incrementare e regolare le conversazioni online inerenti il Trentino. Per quanto riguarda le partnership con altri attori sul territorio si è proceduto alla promozione dei siti web e delle offerte turistiche prodotte dalle Apt in maniera assidua, in particolar modo con la messa online del nuovo portale a partire dall'inizio del mese di novembre che dà grande spazio ai prodotti ed al ruolo commerciale delle Apt. Altre collaborazioni sono state portate avanti con attori esterni quali Volotea per incentivare il turismo da particolari zone d'Italia (Centro-Sud in questo caso).
		Azioni online: - (KPI: N° di share e condivisioni, N° Immagini pubblicate dai turisti nei Social Media, N° conversazioni e contenuti in rete che parlano del Trentino (analisi con software semantici). - Tutte le azioni fatte dagli "Insider" sono finalizzate a creare interesse in rete rispetto alla specifica vacanza/motivazione fidelizzando e raccogliendo lead altamente profilati per aumentare il CRM integrato anche con rispettivi dati Social. - (KPI: N. Lead, N. iscrizioni newsletter tematica, N. iscrizione Feed) - Sono previste molteplici attività a supporto delle azioni costanti di presidio della rete degli "Insider di Prodotto" per aumentare il "reach" , organizzando contest e creando azioni con gli opinion leader della rete (es. blog meeting tematico, partenrship con moderatori di forum sportivi, rubriche mensili con testimonial del Trentino). - (KPI: N. mention azione, N. Fan nei canali Social, N. citazioni da parte di opinion leader)	c.s.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	Fiera Skipass - Modena	Appuntamento Fieristico nazionale (B2C - B2B) di riferimento nel mondo degli sport invernali, in compartecipazione con il territorio, giunto alla XXII edizione, si tiene annualmente a Modena.	L'azione è stata effettuata. E' stato realizzato uno stand di 170 mq in compartecipazione con 8 Apt, rappresentanti l'offerta turistica e dei comprensori sciistici (Superski Dolomiti - Trentino e Superskirama) . Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvoglimento diretto del pubblico
	Fiera TTG - Rimini	TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia. 52° edizioni nel 2015 Si svolge ogni anno a ottobre e, con oltre 60.000 presenze, 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. Oltre 130 le destinazioni rappresentate, 4 le aree tematiche: Global Village, The World, Europa e Italia. Quest'ultima area rappresenta la più grande piazza di contrattazione al mondo del prodotto turistico italiano.	L'azione è stata effettuata. Il Trentino ha partecipato all'evento B2B con un'area dedicata di 100 mq in compartecipazione con 16 operatori dell'offerta trentina
	Meeting di Rimini	Il Meeting di Rimini, quest'anno alla sua 37esima edizione e si è presentato con il quanto mai attuale tema "Tu sei un bene per me", con focus sul fenomeno dell'immigrazione e dei profughi.E' 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. In una settimana transitano circa 800.000 persone, tra queste molte famiglie con bambini. Negli ultimi anni il Trentino si è presentato con focus diversi, dalle Terme e Benessere, all'Outdoor per focalizzarsi maggiormente sulla famiglia (target molto interessato all'offerta del territorio), sviluppando programmi di intrattenimento con il coinvolgimento degli stakeholders del territorio quali il Muse, I Parchi, il Mart, le Guide Alpine, riscuotendo un forte successo di partecipazione.	Si è dato seguito alle indicazioni PAT attraverso stipula dei relativi contratti con riferimento alle specifiche indicazioni del Dipartimento Turismo Promozione e Sport (nota prot. D336/2016/595389/15-2014-4)
	ADV offline		L'azione è stata effettuata. Per la parte offline sono stati realizzati degli speciali su testate di grande distribuzione , speciali sulla rivista Dove e campagne tabellari sui maggiori quotidiani nazionali. Sulle TV è stato siglato un accordo con GTO 2000 in collaborazione con i territori per la distribuzione di contenuti/interviste su un network di 100 areali, programmazione spot 30" su Rai Sport 1 e 2. Inoltre sono state programmate 5 settimane di spot tabellari su LA7 e La 7b ed una settimana di telepromozioni su Canale 5 nel programma di Gerry Scotti in compartecipazione con le APT.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
La vacanza	Sviluppo progetti	**Trentino Guest Card** In coerenza con gli obiettivi strategici pluriennali e sulla base delle esperienze fattegli obiettivi stabiliti dal P.O. 2016 sono i seguenti: 1) TGC come fattore di competitività per la destinazione Trentino 2) TGC come strumento di sviluppo e di innovazione per i 3) TGC come strumento per attivare nuove modalità di relazione con l'ospite durante la vacanza	TRENTINO GUEST CARD. La card ha accresciuto il proprio ruolo per favorire la vendita della vacanza ed elevare la redditività del sistema, abbandonando la dimensione stagionale e adottando una presenza stabile tutto l'anno. Gli operatori coinvolti sono risultati circa 1.400 mentre gli ospiti a cui è stata proposta la card sono stati oltre 500.000. L'analisi qualitativa realizzata restituisce positivi risultati sia lato operatori (impatto della card) sia lato ospiti (gradimento della vacanza grazie alla card). La progettazione e avvio di nuove funzioni come il widget di pre-emissione ha reso più semplice l'uso della card come leva di vendita della vacanza. Il progetto ha garantito una crescente integrazione con i diversi servizi dei territori, sia direttamente sia attraverso versioni speciali (es. Comano valle Salus) Durante la stagione sono aumentati i contatti diretti con gli ospiti, attraverso la registrazione alla webapp e invio di proposte dedicate (nuovi servizi a prenotazione) Tutte le attività sono state sviluppate con il coinvolgimento delle Organizzazioni turistiche aderenti, fornendo sistematici (settimanali) report sul progetto con un meeting finale di valutazione

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Azioni di Sistema	Sviluppo progetti	**Trentino Fishing:** (project leader Organizzazioni turistiche Consorzio Giudicarie centrali), prosecuzione e sviluppo progetto Trentinofishing con costituzione club hotel, prodotto, vendita on line, prima promozione e vendita	Trentino Fishing. Prosecuzione e sviluppo progetto Trentinofishing con la creazione del gruppo "Trentino fishing Guides", aumento significativo dei permessi venduti on line, messa online della nuova piattaforma con implementazione della sezione lodge (integrazione con feratel) e della sezione l'esperto risponde. Avvio attività di promozione on/of line in Italia ed estero
		Cicloturismo: (project leader Organizzazioni turistiche APT Trento) attuazione progettuale avviata, realizzazione sistema di prodotto cicloturismo	Cicloturismo. Messa online della nuova piattaforma cicloturismo, individuazione delle strutture ricettive idonee ad ospitare cicloturisti (individuazione dei servizi minimi).
		Trentino Network: studio, progettazione e messa in funzione di un servizio di accreditamento per Internet free turistica, integrazione del servizio con titolari di Trentino Guest card	TrentinoWIFI. Prima sperimentazione di fruizione del servizio attraverso la piattaforma durante l'evento Bike Festival di Riva del Garda. E avvio e progettazione della piattaforma di tracciamento con la piattaforma di TGC.
		Unconventional learning: Avvio della progettazione per creare un'offerta di vacanza educativo esperienziale fondata su interessi e passioni	Unconventional learning. Analisi dell'offerta presente, coinvolgimento di alcuni stakeholder, individuazioni obiettivi e stesura protocollo di avvio. Museum Pass. Supporto nella riprogettazione del distretto cultura di Trento Rovereto.
		Museum Pass: Riprogettazione del distretto cultura Trento Rovereto	
		Euregio Family Pass: Supporto alla PAT per creazione di una Card di distretto family in collaborazione con gli enti facenti parte dell'Euregio	Euregio Family Pass. Esito positivo della progettazione della card Family Pass.
		Skifamily in Trentino: Supporto all'Agenzia per la famiglia, la natalità e le politiche giovanili Cluster interambito: avvio sperimentazione con Apt Garda Trentino, Rovereto e Vallagrina e Consorzio Val di Ledro sulla formazione e promo commercializzazione online	Skifamily in Trentino. Gestione sito skifamilyintrentino.it, elaborazione dati utilizzo voucher Cluster interambito: Si è dato seguito alle indicazioni PAT attraverso stipula dei relativi contratti con riferimento alle specifiche indicazioni dell' Assessorato all'Agricoltura, Foreste, Turismo, promozione, Caccia e Pesca (nota prot. D336/2016/527600/15-2014-4 dd 10/10/2016)

RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITA' SVOLTA
FONDO UNICO PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA TRENTINA - SEZIONE MARKETING - PERIODO 1 GENNAIO - 31 DICEMBRE 2016

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Assistenti di Direzione	Segreteria Gadget	Per veicolare il marchio territoriale Trentino, è importante avere a disposizione gadget di diversa natura e valore da distribuire in occasione di iniziative fieristiche ed eventi organizzati direttamente da Trentino Sviluppo e dalle Istituzioni provinciali (su specifica richiesta), o in partnership con soggetti territoriali. Gli acquisti verranno effettuati sulla base di una pianificazione annuale relativa alle attività delle singole aree ed esigenze PAT, in modo da poter ottenere un adeguato approvvigionamento ai migliori prezzi di mercato.	L'azione è stata effettuata. I gadget acquistati e distribuiti ai vari uffici secondo le necessità sono stati i seguenti: shopper tessuto non tessuto 4 colori, chiavette USB, portachiavi.
	Comarketing Eventi sul territorio	Attività di promozione del marchio trentino in occasione di eventi e/o iniziative culturali-enogastronomiche-sportive in grado di contribuire alla promozione e comunicazione dell'immagine e delle offerte del Trentino, nonché alla valorizzazione dei prodotti tipici e delle peculiarità del territorio, secondo le modalità operative indicate dalla P.A.T. - Dipartimento Cultura e Turismo	L'azione fa riferimento ad attività di competenza 2015 - nel corrente anno sono state espletate le procedure amministrative ai fini della chiusura delle attività. Le stesse facevano riferimento alle indicazioni contenute nella nota dd. 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport.
	Comunicazione interna	Per la promozione e valorizzazione delle attività realizzate di TM all'interno della provincia si prevede di acquistare delle pagine publiredazionali all'interno delle testate "Questo Trentino" e "Vita Trentina" e di concludere una collaborazione 2016/2017 con la trasmissione Tv Fiammiferi, trasmessa attraverso le frequenze di Trentino TV.	L'azione è stata effettuata. Sono state acquistate 2 pagine all'interno della testata Questo Trentino, 8 mezze pagine all'interno di Vita Trentina, mentre si è attivata una collaborazione con la trasmissione Tv Fiammiferi consistente in una presenza redazionale, uno spot da 20" e un billboard da 7" all'interno di ciascuna delle puntate 2016.
	Attività varie	E' necessario attivare alcuni servizi e/o consulenze al fine di progettare - elaborare ed editare il Piano Marketing 2016 e la sua sintesi, che verranno anche diffusi al sistema turistico territoriale. Si rende inoltre necessario attivare una collaborazione con la ditta KG Polonia sp.zo.o in relazione all'esigenza ravvista anche dalla PAT che si occupa della realizzazione degli allestimenti strutturali dello spazio espositivo acquisito da Trentino Marketing all'interno del Museo dedicato a Papa Giovanni Paolo II a Cracovia (nota PAT dd. 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento Cultura, turismo promozione e sport), di avere un supporto volto a facilitare il rapporto con le istituzioni polacche e con il Museo rendendo più coordinati i rapporti con la Direzione del Centro e possibilmente meno complesse le varie fasi dei lavori, nonché a verificare, ad installazione avvenuta, il proficuo utilizzo e fruizione della sala da parte dei visitatori. Nel corso dell'attività di TM si prevedono alcune spese minute, legate direttamente ad attività della Direzione	L'azione è stata effettuata. Le consulenze e i servizi per la realizzazione e diffusione del piano marketing 2016 e della sua sistesi si sono attivate con la Società SL&A e il Professor Stefano Landi, l'impaginazione con Ginevra Communications srl e la stampa con Artimedia sas. L'azione è stata effettuata. La ditta KG Polonia sp.zo.o ha prodotto relazione sull'attività svolta. Si sono sostenute spese minute relativamente a: acquisto giornali, spedizioni, traduzioni, ospitalità etc.
	Strutture per eventi e fiere	Su richiesta della PAT si compartecipa alle spese per la costruzione della struttura denominata "Pavillon" per il Festival dell'Economia che verrà utilizzata anche per altre iniziative. Per promuovere il Trentino alle fiere istituzionale è importante realizzare un nuovo stand.	L'azione è stata effettuata. La Struttura Pavillon è stata ultimata in tempo utile. È stata realizzata la prima fase dello stand Wood House Trentino 2.0 utilizzato nelle fiere istituzionali 2016.

24.2.17

B) Situazione degli apporti della Provincia Autonoma di Trento

Apporti diretti della P.A.T. dai sottoconti di tesoreria

TESORERIA	Prelievi dal sottoconto di tesoreria	33.904.185,61

Totale lettera B	**33.904.185,61**

La Provincia, date le restrizioni finanziarie a cui deve ottemperare, nel corso del 2013 ha chiesto alla Società di gestire unitariamente tutte le risorse finanziarie dei fondi provinciali, non vincolando quindi alcuna disponibilità ai rispettivi singoli fondi. A seguito di tale richiesta il Fondo marketing , per il finanziamento delle proprie attività ha utilizzato risorse del Fondo attività economiche verso il quale al 31/12/16 evidenzia una situazione di debito pari ad € 0 come indicato nella lettera E del presente rendiconto.

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

C) Riepilogo dei pagamenti effettuati per attività

RAGGRUPPAMENTO PER MACROVOCI CONVENZIONE:

COD. PAT	DESCRIZIONE	IMPORTO
A	STRATEGIA PROGRAMMA E COORDIN.	-17.921,80
B	MARCA	-6.547.588,02
C	PRODOTTO	-709.276,89
D	MERCATI	-6.155.139,40
E	PROMOZIONE PRODOTTI TRENTINI	-1.792.990,42
G	PORTALE TURISTICO E BOOKING	-839.114,84
I	GRANDI EVENTI E PROGETTI SPECIALI	-1.382.176,27
J	RELAZIONI ESTERNE ED EDITORIA	-940.859,79
L	ALTRE ATTIVITA'	-6.475.057,55
Totale lettera C per macrovoce		**-24.860.124,98**

DETTAGLIO PER PROGETTO:

COD.PAT	PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
A	0182	Analisi, Studi e Ricerca	-17.921,80
B	0002	Segreteria Gadget	-113.111,25
B	0003	Comkt Eventi sul territorio	-906.694,25
B	0004	Expo2015	-42.438,11
B	0005	Attività varie	-44.709,96
B	0006	Sviluppo Marca	-8.200,40
B	0017	Aquila basket	-615.270,00
B	0018	Nazionale pallavolo	-1.000,00
B	0085	FISG	-63.252,12
B	0086	Trentino Volley	-614.675,86
B	0087	Bayern	-431.734,99
B	0088	Napoli	-478.634,94
B	0089	Fiorentina	-245.710,00
B	0091	FISI	-219.600,00
B	0092	Squadra Sci Norvegia	-62.204,83
B	0093	Ritiro Pinzolo	-214.751,25
B	0094	Trentino Azzurro	-450.000,44
B	0097	Nazionale Basket	-59.213,09
B	0104	Mat, Allest, Brochure Eventi Partnership sportive	-139.261,60
B	0105	Eventi Sport	-159.806,25
B	0106	sponsorizz. sportive atleti/squadre	-240,00
B	0144	Campagna di marca	-722.876,68
B	0145	Trentino TV (TCA e RTTR)	-10.126,00
B	0155	Giro d'Italia	-119.417,65
B	0156	Tour de Pologne	-150.000,00
B	0169	Comunicazione interna	-54.288,34
B	0172	Trentino Volley Rosa	-58.000,00
B	0173	Convenzione Assessorato Sport (eventi)	-69.939,54
B	0174	Integrazione PAT (atleti e squadre)	-240.469,87
B	0184	Mondiale Motocross	-86.404,06
B	0207	Pavillon	-37.027,48
B	0208	Grandi Eventi Ass. Sport	-30.500,00

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

COD.PAT	PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
B	0209	Le grandi salite	-17.901,30
B	0210	riammodernamento Stand	-75.238,01
B	0213	Marchio Qualità Trentino	-4.889,75
C	0008	Altre progettualità (strategia e innovazione)	-85.979,15
C	0177	Trentino Guest Card	-595.261,95
C	0178	Trentino Fishing	-28.035,79
D	0020	Comarketing Mercato Italia	-118.441,56
D	0024	Web marketing inverno 2015/2	-292.413,90
D	0035	FIERA ITB	-81.260,99
D	0036	Altre Fiere Mercato Germania	-39.040,00
D	0037	Ufficio Stampa Germania	-8.653,49
D	0039	ADAC Trentino	-84.899,27
D	0040	SportScheck	-121.535,79
D	0041	Promocomm. Est - Mercato Germania	-88.812,77
D	0042	Promocomm. Inv - Mercato Germania	-199.550,34
D	0045	ADV Inverno 15/16 Estate 16 Mercato Germania	-708.723,13
D	0049	Partnership Mercato Germania	-149.402,64
D	0050	Trentino Trekking Mercato Germania	-34.541,47
D	0054	Trentino Bike	-135.329,20
D	0056	Inverno 16/17 Mercato GB	-1.850,00
D	0057	Fiera Vakantieburs + altre fiere	-53.489,59
D	0058	Ufficio Stampa Mercato Olanda Belgio	-15.262,30
D	0059	Promocomm. Est Mercato Olanda Belgio	-81.230,20
D	0065	Promocommerc.INV Mercato Russo	-68.656,73
D	0066	TO e linee aeree Mercato Russia	-23.534,01
D	0069	Promocomm. INV Mercato Polonia	-156.183,16
D	0070	ADV Inverno 15/16 Estate 16 Mercato Polonia	-279.564,18
D	0073	Progetto BIKE Mercato Polonia	-25.056,40
D	0076	Promocomm. INV Mercato Rep. Ceca	-162.069,35
D	0077	ADV Inverno 15/16 Estate 16 Mercato Rep. Ceca	-275.384,22
D	0078	progetto Trekking Mercato Rep. Ceca	-6.079,70
D	0079	progetto Bike Mercato Rep. Ceca	-68.580,80
D	0080	Trade Europa	-197.126,00
D	0081	Mobilità/Transfer	-35.796,63
D	0083	Eventi mercato trasv	-416.679,77
D	0084	The Alps/GBT	-60.739,38
D	0151	Skipass	-33.943,13
D	0153	Logistica/Prodotti	-121.309,01
D	0158	VARIE REP. CECA	-22.970,00
D	0159	Varie + Partnership Mercato Polonia	-34.404,42
D	0160	ADV Estate Mercato Olanda	-119.882,42
D	0161	ADV Inverno 15/16 Estate 16 Mercato GB	-120.523,59
D	0162	Trade Mercato GB	-22.142,99
D	0163	WTM	-51.240,00
D	0164	TRADE MONDO	-75.789,46
D	0165	ADV offline inverno 2015/2016 ITA	-477.724,67
D	0167	Fiera TTG Rimini	-11.932,05

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

COD.PAT	PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
D	0181	Varie + Partnership Mercato Russia	-31.420,72
D	0185	Partnership Mercato Olanda	-13.298,00
D	0187	Varie Mercato Germania	-24.273,03
D	0194	Web marketing estate ITA	-162.934,99
D	0196	ADV offline estate	-696.382,90
D	0197	ADV offline inverno 2016/2017 ITA	-2.400,00
D	0211	BITM	-32.330,00
D	0212	Meeting Rimini	-110.351,06
E	0129	Consorzio Vini	-998.339,70
E	0132	Grappa Trentina	-42.700,00
E	0134	Fruit Logistica	-107.550,82
E	0138	Albe in malga	-1.195,60
E	0141	Artigiano in fiera	-295.673,87
E	0149	Montagna di latte	-170.000,00
E	0170	Attività Slow Food	-59,02
E	0171	Altre attività Promoz. Prodotti	-106.333,74
E	0199	Vinitaly	-8.002,79
E	0202	Le malghe e il latte	-63.134,88
G	0010	Progetti Speciali	-507.997,21
G	0011	Seo, Social e Web Marketing	-90.718,45
G	0012	Web editing	-12.200,00
G	0014	Canoni web	-85.841,05
G	0166	Altre attività WEB	-58.381,60
G	0180	Gestione Contenuti	-83.976,53
I	0117	Suoni delle Dolomiti	-460.407,69
I	0118	Dalla Guerra alla Pace	-13.754,12
I	0119	Promozione montagna	-108.340,91
I	0124	Promozione Cultura	-447.660,04
I	0133	Altre attività Cultura	-6.100,00
I	0175	Progetto MART	-154.074,39
I	0206	Radio2playRovereto	-191.839,12
J	0107	Incontri e conferenze stampa	-114.547,77
J	0108	Sportelli Media	-43.695,96
J	0109	Redazione	-172.223,26
J	0110	Servizi e strumenti di supporto	-79.085,36
J	0111	Ospitalità Giornalisti	-15.577,58
J	0112	Comunicazione Estero	-163.626,52
J	0114	Editoria istituz. x stagioni	-133.494,96
J	0115	Fototeca	-103.212,25
J	0116	Archivio Video	-67.938,13
J	0168	Comunicazione istituzionale PAT	-38.308,00
J	0205	ADV Ufficio comunicazione	-9.150,00
L	ALTRE SPESE	commissioni e imposte di bollo	-3.678,53
L	ALTRE SPESE	movimento prima nota	-547.760,35
L	ALTRE SPESE	personale	-3.117.618,67
L	ALTRE SPESE	commissione gestione fondo	-2.806.000,00
Totale lettera C per progetto			**-24.860.124,98**

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

D) Somme introitate per cessione o locazione di immobili, impianti, mobili, partecipazioni e attivi in genere, per compartecipazioni totali o parziali ad attività svolte nonché per frutti di partecipazioni.

RAGGRUPPAMENTO PER MACROVOCI CONVENZIONE:

COD.PAT	DESCRIZIONE	IMPORTO
B	MARCA	143.298,83
C	PRODOTTO	568.539,32
D	MERCATI	856.873,92
E	PROMOZIONE PRODOTTI TRENTINI	255.671,99
G	PORTALE TURISTICO E BOOKING	155.718,36
I	GRANDI EVENTI E PROGETTI SPECIALI	411.385,41
J	RELAZIONI ESTERNE ED EDITORIA	104.856,80
L	ALTRE ATTIVITA'	1.410.785,35
Totale lettera D per macrovoce		**3.907.129,98**

DETTAGLIO PER PROGETTO:

COD.PAT	PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
B	0003	Comkt Eventi sul territorio	6.880,00
B	0005	Attività varie	10.504,20
B	0085	FISG	1.126,06
B	0093	Ritiro Pinzolo	90.502,00
B	0097	Nazionale Basket	7.751,57
B	0104	Mat, Allest, Brochure Eventi Partnership sportive	19.825,00
B	0105	Eventi Sport	1.830,00
B	0209	Le grandi salite	4.880,00
C	0008	Altre progettualità (strategia e innovazione)	335.165,12
C	0177	Trentino Guest Card	229.897,20
C	0178	Trentino Fishing	3.477,00
D	0020	Comarketing Mercato Italia	1.220,00
D	0024	Web marketing inverno 2015/2016 ITA	1.200,00
D	0040	SportScheck	12.200,00
D	0041	Promocomm. Est - Mercato Germania	134.200,00
D	0042	Promocomm. Inv - Mercato Germania	85.400,00
D	0045	ADV Inverno 15/16 Estate 16 Mercato Germania	40.612,00
D	0050	Trentino Trekking Mercato Germania	9.150,00
D	0054	Trentino Bike	35.685,00
D	0057	Fiera Vakantieburs + altre fiere	8.906,00
D	0059	Promocomm. Est Mercato Olanda Belgio	21.350,00
D	0065	Promocommerc.INV Mercato Russo	12.200,00
D	0069	Promocomm. INV Mercato Polonia	70.150,00
D	0075	Promocomm. EST Mercato Rep. Ceca	18.300,00
D	0076	Promocomm. INV Mercato Rep. Ceca	93.755,00
D	0079	progetto Bike Mercato Rep. Ceca	6.100,00
D	0083	Eventi mercato trasv	29.950,00
D	0151	Skipass	45.546,26
D	0163	WTM	13.542,00

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

COD.PAT	COD. PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
D	0164	TRADE MONDO	6.588,00
D	0165	ADV offline inverno 2015/2016 ITA	87.840,00
D	0167	Fiera TTG Rimini	12.810,00
D	0196	ADV offline estate	110.169,66
E	0134	Fruit Logistica	75.640,00
E	0141	Artigiano in fiera	165.391,99
E	0170	Attività Slow Food	14.640,00
G	0010	Progetti Speciali	155.718,36
I	0117	Suoni delle Dolomiti	202.779,15
I	0124	Promozione Cultura	24.418,30
I	0175	Progetto MART	162.139,22
I	0206	Radio2playRovereto	22.048,74
J	0112	Comunicazione Estero	1.024,80
J	0116	Archivio Video	103.832,00
1	ALTRE ENTRATE	movimento prima nota	13.501,36
1	ALTRE ENTRATE	iva	1.397.283,99
Totale lettera D per progetto			**3.907.129,98**

E) Eventuali finanziamenti ed ulteriori rimborsi alle singole Sezioni del Fondo a qualsiasi titolo.

FINANZIAMENTO	Debito al 31/12/15	Tot. entrate	Tot. uscite	Debito al 31/12/16
ECONOMICHE	3.557.294,99	21.250.000,00	-24.807.294,99	0,00
FONDO AREE	0,00	0,00	-9.000.000,00	-9.000.000,00

Totale lettera E	-12.557.294,99

F) Ammontare degli interessi accreditati ed addebitati in seguito all'utilizzo di liquidità a titolo oneroso, operando nell'ambito del criterio della gestione unitaria della liquidità.

INTERESSI PASSIVI

INT. PASSIVI PER PRESTITI DA FONDO IMMOBILIARE	-109.379,49

INTERESSI ATTIVI

INT. ATTIVI PER PRESTITI A FONDO AREE	393,01

Totale lettera F	**-108.986,48**

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - SEZIONE MARKETING
PERIODO 01 GENNAIO 2016 - 31 DICEMBRE 2016

G) saldo delle disponibilità e degli impieghi al 31.12.2017

UNICREDIT BANCA SPA C/C 102452682

SALDO INIZIALE 01/01/2016	**360.488,82**

TOTALE MOVIMENTI LETTERA B	33.904.185,61
TOTALE MOVIMENTI LETTERA C	-24.860.124,98
TOTALE MOVIMENTI LETTERA D	3.907.129,98
TOTALE MOVIMENTI LETTERA E	-12.557.294,99
TOTALE MOVIMENTI LETTERA F	-108.986,48

SALDO FINALE 31/12/2016	**645.397,96**

H) Situazione delle eventuali partite in sofferenza e perdite derivanti da procedure concorsuali

Per l'anno 2016 non si rilevano sofferenze o perdite da procedure concorsuali

SEZIONE MARKETING

SITUAZIONE ECONOMICO - PATRIMONIALE

SEZIONE MARKETING

Valori in: Euro

Descrizione del conto	31/12/2016	31/12/2015
Stato patrimoniale attivo	**42.972.624**	**17.921.008**
A) Crediti verso PAT per fondi impegnati	30.526.415	13.270.932
I) Crediti verso PAT per fondi impegnati	30.526.415	13.270.932
B) Immobilizzazioni	0	8.096
II) Immobilizzazioni materiali	0	8.096
3) Attrezzature industriali e commerciali	0	8.096
a) Attrezzature	0	8.096
3) Attrezzature commerciali	16.760	16.760
6) (Fondi di ammortamento)	16.760	8.664
2) Macchine d'ufficio elettromeccaniche, elettroniche e calcolatori	2.772	2.772
4) (Fondi di ammortamento)	2.772	2.772
C) Attivo circolante	12.264.263	4.374.779
II) Crediti	11.618.865	4.014.290
1) Verso clienti	2.081.812	1.509.770
1) Esigibili entro 12 mesi	2.081.812	1.509.770
a) Crediti documentati da fatture	1.975.557	1.509.770
i) Fatture da emettere	106.255	0
5) Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti	537.009	2.503.320
1) Esigibili entro 12 mesi	537.009	2.503.320
c) Altro	537.009	2.503.320
5 quater) Verso altri	9.000.044	1.200
1) Esigibili entro 12 mesi	9.000.044	1.200
c) Depositi cauzionali in denaro	0	1.200
e) Altro ...	44	0
f) Crediti verso fondi PAT per finanziamento attività	9.000.000	0
IV) Disponibilità liquide	645.398	360.489
1) Depositi bancari e postali	645.398	360.489
a) Banche c/c attivi	645.398	360.489
D) Ratei e risconti	181.946	267.201
2) Risconti attivi	181.946	267.201
a) Entro 12 mesi	181.946	267.201
Stato patrimoniale passivo	**42.972.624**	**17.921.008**
A) Patrimonio netto	28.920.787	2.078.255
I) Capitale	119.794.081	72.077.709
1) Fondo marketing - art. 33, c. 1, lett. A L.P. 6/1999	119.794.081	72.077.709
VI) Altre riserve	0	1
13) Varie altre riserve	0	1
11) Differenza da arrotondamento all'unità di Euro	0	1
VIII) Avanzo (oneri) di gestione esercizi precedenti	-69.999.455	-48.477.731
3) (Oneri di gestione esercizi precedenti)	69.999.455	48.477.731
IX) Avanzo (Oneri) di gestione dell'esercizio	-20.873.839	-21.521.724
2) (Oneri di gestione d'esercizio)	20.873.839	21.521.724
B) Fondi per rischi e oneri	0	0
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	0	0
D) Debiti	14.019.129	15.809.753
7) Debiti verso fornitori	9.957.094	7.901.980
1) Entro 12 mesi	9.957.094	7.901.980
a) Fornitori di beni e servizi	4.605.367	3.128.860
b) Fatture da ricevere	5.351.727	4.773.120
11 bis) Debiti verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti	4.057.448	4.310.073
1) Entro 12 mesi	4.057.448	4.310.073
c) Altro ...	4.057.448	4.310.073
12) Debiti tributari	53	9.375
1) Entro 12 mesi	53	9.375
d) Debiti verso l'Erario per ritenute operate alla fonte	53	9.375
13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	0	529
1) Entro 12 mesi	0	529
a) Enti previdenziali	0	529
14) Altri debiti	4.534	3.587.796
1) Entro 12 mesi	4.534	30.501
f) Altri debiti ...	4.534	30.501
2) Oltre 12 mesi	0	3.557.295
f) Debiti verso fondi PAT per finanziamento attività	0	3.557.295
E) Ratei e risconti	32.708	33.000
2) Risconti passivi	32.708	33.000

a) Entro 12 mesi	32.708	33.000
Conto economico		
A) Valore della produzione	2.651.067	2.566.629
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.615.192	2.058.252
a) Corrispettivi cessioni di beni e prestazioni di servizi a cui è diretta l'attività dell'impresa	2.615.192	2.058.252
5) Altri ricavi e proventi	35.875	508.377
a) Vari	35.875	508.377
20) Sopravvenienze attive	35.875	507.986
26) Rettifiche per arrotondamento Euro	0	0
27) Proventi diversi	0	392
B) Costi della produzione	23.422.595	23.636.521
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	1.144.456	945.892
4) Prodotti finiti	1.144.456	945.892
7) Per servizi	22.091.093	21.553.194
2) Trasporti	118.935	106.193
16) Consulenze tecniche	1.277.498	1.041.723
24) Pulizia esterna	1.274	0
38) Pubblicità (non materiale pubblicitario)	5.957.682	5.027.229
39) Mostre e fiere	4.683.694	5.197.085
51) Spese postali e di affrancatura	0	32
52) Spese servizi bancari	3.776	3.013
55) Spese di rappresentanza	232.476	217.409
59) Viaggi (ferrovia, aereo, auto ...)	142.934	158.433
64) Servizi tecnici personale interno	3.045.899	2.868.492
65) Commissione PAT	2.440.000	2.806.000
69) Altre ...	4.186.924	4.127.586
8) Per godimento di beni di terzi	66.877	79.917
a) Affitti e locazioni	66.877	79.917
10) Ammortamenti e svalutazioni	8.096	0
b) Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	8.096	0
3) Ammortamento ordinario attrezzature industriali e commerciali	8.096	0
14) Oneri diversi di gestione	112.073	1.057.518
3) Imposte di bollo	116	100
10) IVA su acquisti utilizzati per vendite esenti	95.988	0
11) Tasse di concessione governativa	404	0
14) Altre imposte e tasse	6.986	6.443
17) Abbonamenti riviste, giornali ...	7.509	8.097
21) Multe e ammende	0	30
26) Sopravvenienze passive	1.071	1.042.847
32) Rettifiche per arrotondamento Euro	0	2
C) Proventi e oneri finanziari	-102.311	-451.832
16) Altri proventi finanziari	393	524
d) Proventi diversi dai precedenti	393	524
5) Altri	393	524
a) Interessi di altri crediti	390	0
b) Interessi su depositi bancari	3	57
f) Abbuoni, sconti, e altri interessi	0	467
17) Interessi e altri oneri finanziari	109.386	448.171
e) Altri	109.386	448.171
2) Interessi passivi sui debiti verso banche di credito ordinario	9	289
4) Interessi passivi sui debiti verso altri finanziatori	109.371	447.532
8) Sconti e altri oneri finanziari	6	351
17 bis) Utili e perdite su cambi	6.682	-4.185
a) Utili su cambi	9.970	975
b) Perdite su cambi	3.288	5.160
D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	0	0
21) Avanzo (Oneri) di gestione del fondo	**-20.873.839**	**-21.521.724**

Riepilogo garanzie e impegni	
Descrizione	**Importo**
Garanzie di terzi a nostro favore per servizi	67.955
Garanzie da PAT	10.000.000
Totale	**10.067.955**