

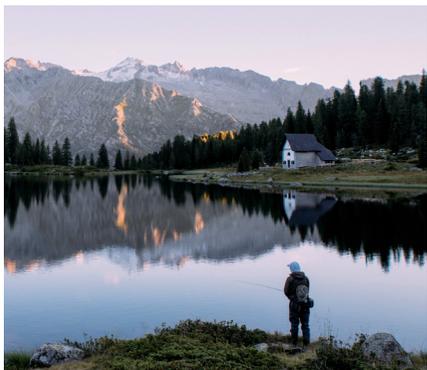
**ALLEGATO C**

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



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

Sezione marketing | Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2017



01

## Conoscenza e innovazione

PAG. 03



02

## Progetti Territoriali

PAG. 05

03

## Comunicazione

PAG. 07



04

## Grandi Eventi

PAG. 17



05

## Supporto alla vendita

PAG. 27



06

## Assistenti di Direzione

PAG. 33



01

# Conoscenza e Innovazione



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Conoscenza</b>	Marketing Strategico	<p>CONOSCENZA / MARKETING INTELLIGENCE</p> <p>Conoscere: osservare, ascoltare, elaborare, ragionare e concettualizzare, infine condividere (diffondere, formare, ecc.).</p> <p>Attività di ricerca, elaborazione, diffusione di conoscenza finalizzata alle decisioni ad ogni livello, per supportare le scelte e nuovi orientamenti.</p>	<p>Realizzazione ricerca motivazione Hiking sui principali mercati europei</p> <p>Analisi approfondita sul mercato tedesco 2017 "ReiseAnalyse"</p> <p>Studio sui potenziali di sviluppo "Laghi e sport" in collaborazione con APT Garda Trentino</p> <p>Indagini sul campo durante attività svolte (Suoni delle Dolomiti, Trentino fishing, Guest Card, Cicloturismo, Ritiri maggiori squadre calcio)</p> <p>Indagini post vacanza ospiti con raccolta dichiarazioni spontanee e qualitative Report / focus specifici mercati</p> <p>Periodici report analitici sulla distribuzione ed uso della Guest Card per territorio</p> <p>Sviluppo gestionale d'analisi vendite on line in Trentino by Feratel</p> <p>Progettazione e definizione accordo quadro per monitoraggio sistematico della rete riguardo al prodotto di destinazione e del Trentino. Avvio del servizio dal 31.12 con potenzialità di analisi dei due anni precedenti.</p> <p>Realizzazione del prototipo di "Dashbord" di facile accesso ai dati (data sharing), in distribuzione nel 2018.</p>
<b>Innovazione</b>	Marketing Strategico	<p>Innovazione di sistema:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trentino Guest Card (Attività e sviluppo)</li> <li>- HBenchmark (attività e sviluppo)</li> <li>- Task Manager</li> <li>- Coordinamento con altre card di sistema (Museum Pass / FamilyPass)</li> <li>- Coordinamento con altri progetti di sistema (Skifamily / Supernordicskipass)</li> </ul> <p>Innovazione di prodotto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trentino Fishing</li> <li>- Unconventional learning</li> <li>- Trentinowifi</li> <li>- eCar Recharge e mobilità turistica</li> </ul>	<p>Trentino Guest Card: elemento che unisce più territori e settori e che restituisce all'ospite una nuova idea di vacanza e di sistema territoriale (circa 550.000 turisti abilitati all'uso). Il 2017 ha visto l'ingresso nel sistema di nuovi territori (Paganella in code stagionali), la diffusione nuove interfaccia digitali lato ospiti (App IOS, App Android, Bot Telegram, Bot Facebook Messenger), il miglioramento di altre funzioni e l'inserimento di nuovi contenuti (es. nuovi servizi a prenotazione)</p> <p>Mobilità: creazione voucher mobilità primo giorno (emissione Hotel) per arrivo semplice a destinazione con mezzo pubblico.</p> <p>HBenchmark, sviluppo fase di adesione operatori; realizzazione meeting annuale con partner e operatori, progettazione migliorie ed evolutive, utilizzo per report di analisi</p> <p>Task Manager: proseguita la distribuzione e l'uso di questo strumento per condividere con il sistema le strategie in atto.</p> <p>Altre CARD di sistema: continuato il supporto per garantire agli altri sistemi provinciali lo sviluppo dei relativi obiettivi.</p> <p>Altri sistemi minori: continuato il supporto richiesto per garantire la miglior prosecuzione dei sistemi autonomi.</p> <p>Trentinofishing: estensione del progetto ad altri territori e Associazione pescatori con positivi riscontri da nuovi mercati internazionali. Presenza alla principale Fiera di settore italiana (Vicenza) con tutti i partner (Dmo, Associazioni pescatori, TFGuides, Lodge/hotel); attività PR all'estero su stampa specializzata, con T.O. e fiere. Apertura di uno specifico lavoro dedicato ai laghi con catalogo e strategia di prodotto da sviluppare con le relative Associazioni. Coordinamento con Accademia Caccia e Pesca per attivazione nuove "Trentino fishing Guides" per far fronte alla crescente domanda di servizi.</p> <p>Unconventional /Turismo Natura: sono state progettate e sperimentate nuove modalità per integrare le proposte turistiche, particolarmente nelle stagioni più deboli, con nuovi ruoli da parte di operatori, enti di sistema e agenzie</p> <p>Trentinowifi: è proseguita la collaborazione con Trentinonetwork; dopo un'adeguata collaborazione sull'immagine l'obiettivo futuro riguarda l'ulteriore diffusione del sistema.</p> <p>eCar Recharge: proseguito il servizio attraverso la GuestCard e stimolato gli operatori ad attivare il servizio di ricarica rendendolo ricercabile in ogni scheda hotel.</p> <p>Mobilità turistica con auto elettrica: progettato un nuovo modello di servizio collaborativo che potrà trovare una sperimentazione nel 2018</p>



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p style="text-align: center;"><b>Progetti territoriali</b></p>	Mondo bile	<p>La prima disciplina su cui si lavorerà è la MTB perchè il segmento promette notevoli sviluppi negli anni a venire. Il mercato, grazie alle innovazioni tecnologiche, l'interesse della domanda, l'evoluzione delle discipline, si sta sviluppando significativamente ed è importante per il Trentino programmare adeguate azioni di marketing per essere pienamente competitivo in un mercato molto concorrenziale. Nel 2017 verrà affidata ad una società specializzata l'incarico di mappatura del territorio che consentirà di ottenere una rappresentazione esaustiva e approfondita della situazione esistente in tutto il Trentino in termini di percorsi, bike park, progetti strategici, sulla base della quale valutare le priorità di intervento e costruire, assieme ai territori, percorsi di sviluppo dell'offerta compatibile con le potenzialità dei luoghi e in linea con le aspettative della domanda.</p>	<p>L'azione è stata realizzata. La società vincitrice del bando, Graviti Logic, ha portato a termine il lavoro di mappatura restituendo una fotografia puntuale dei singoli ambiti e un'idea di sviluppo dell'offerta mtb in chiave turistica che passa dalla realizzazione di infrastrutture (nuovi trail) e il potenziamento/attivazione dei servizi necessari</p>
	Escursionismo / Montagna	<p>È uno dei tratti distintivi e caratteristici del Trentino a partire dall'estate, ma non solo: si tratta infatti di comprenderne e valorizzarne le potenzialità, che trovano ormai diversa collocazione sul mercato: dai percorsi più classici delle Dolomiti, alla "media montagna" degli accompagnatori, ai cammini della Fede, al Sentiero della Pace, fino alle diverse pratiche sportive non competitive. Nel corso del 2017 verrà creato un gruppo di lavoro dedicato a questo tema per l'individuazione delle attività da mettere in campo nei prossimi anni.</p>	<p>L'azione è in fase di realizzazione. Il gruppo sta cercando di trovare un metodo di lavoro efficace per fotografare la situazione attuale del prodotto escursionismo in montagna ed individuare la migliore strategia.</p>
	Cultura	<p>La Provincia affida a Trentino Marketing anche per il 2017 un progetto di promozione integrata dell'offerta culturale da concretizzarsi attraverso il sostegno ad eventi di eccellenza, museum pass ed incontri e conferenze stampa da realizzarsi in Italia ed all'estero.</p>	<p>L'azione è stata eseguita. In collaborazione con l'Apt di Trento e Rovereto si è provveduto alla stampa di materiale editoriale, delle card, di espositori da banco per i desk dei musei, alla realizzazione di due video promozionali, di striscioni in pvc affissi in luoghi strategici di Rovereto e Trento ed all'inserimento del visual "Museum pass" nell'arredo urbano della città di Trento. Sono state effettuate due conferenze stampa, una a Monaco di Baviera e l'altra a Roma, dedicate alla promozione delle attività culturali del territorio. A seguito di precise indicazioni della Pat - Assessorato e Dipartimento Cultura come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione tra la PAT e Trentino Sviluppo si sono sostenute diverse iniziative promozionali.</p>
	Thermae	<p>Si tratta di valorizzare al meglio il settore termale, come forma di vacanza "esclusiva", mettendo in luce i pregi di effettuare un periodo di cura nello scenario naturale del Trentino, oppure come "completamento di vacanza", evidenziando la possibilità di curarsi oppure fare prevenzione durante la vacanza. Si tratta sempre più di proporre il territorio delle Terme come un luogo salutare a tutto tondo, in cui quindi si possano cogliere benefici che vanno oltre i singoli trattamenti e cicli di cure, per estendersi alla prevenzione ed alla proposta di uno stile di vita complessivamente salutare.</p>	<p>L'azione è stata realizzata in modo diverso da quanto pianificato in quanto si è data visibilità al settore termale attraverso la piattaforma digitale e attraverso PR e Media.</p>
	Club di prodotto	<p>Queste reti di impresa necessitano di avere un riferimento unico in TM in grado di dialogare con loro in modo adeguato alle diverse esigenze, anche per poter valorizzare al massimo le peculiarità e le ulteriori potenzialità di ognuno, per dare loro visibilità - in Italia e all'estero - in tutti i canali di comunicazione e vendita a disposizione, oltre a valutare e realizzare insieme le iniziative di marketing che risulteranno di volta in volta più opportune.</p>	<p>L'azione è stata realizzata in modo diverso da quanto pianificato in quanto si è data visibilità ai club di prodotto seguendo il piano strategico dei contenuti ed il coinvolgimento dei club nelle attività legate al supporto alla vendita.</p>



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Marchio territoriale e Marchio di qualità</b></p>	<p>Sviluppo Marca</p>	<p>Gli obiettivi previsti dal PO 2017 prevedono le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.).</li> <li>- 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.</li> <li>- Attività di monitoraggio dei casi d'uso in essere.</li> <li>- Attività straordinaria di formale informazione verso gli utilizzatori non autorizzati, adottando protocolli procedurali informativi standard, giustificati solo in fase di prima applicazione.</li> <li>- Attivazione nei casi necessari di procedure di tutela del marchio.</li> <li>- Coinvolgimento dei produttori licenziatari finalizzata ad una comunicazione coordinata del marchio Qualità.</li> </ul>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel corso dell'anno si è raggiunto il numero di 462 licenze d'uso per il marchio territoriale Trentino e di 11 licenze d'uso per il marchio Qualità Trentino.</p> <p>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.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Comunicazione corporate</b>	Editoria	<p>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, etc.</p> <p>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).</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In continuità con le azioni previste si è proceduto alla realizzazione di due edizioni di un magazine di destinazione che è stato distribuito in allegato attraverso un'azione capillare attraverso magazine e testa di settore ma non solo, nei paesi esteri di riferimento quali Germania, Polonia, Repubblica Ceca, Austria, Svizzera e Olanda, Russia e Inghilterra in complessivamente 2milioni 200mila copie. Si è inoltre provveduto alla realizzazione di una serie di strumenti editoriali utili alla promozione integrata di iniziative o motivazioni turistiche di rilievo. In Italia si è lavorato invece sulla valorizzazione di cultura e sport ed eventi culturali/sportivi attraverso materiali quali I Suoni delle Dolomiti, TrentoRovereto card, Trentino Fishing, 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.</p>
	Archivio Fotografico e Video	<p>Di anno in anno si rafforza l'esigenza, per una comunicazione mediatica efficace e all'altezza di una domanda in costante evoluzione, di disporre di foto e video tematici contraddistinti dalla varietà dei temi, dall'attualità e dalla qualità delle immagini.</p> <p>In un settore dove la comunicazione è prevalentemente basata sull'immagine, questo è un campo su cui investire di più e con maggiore convinzione.</p> <p>Questo attraverso progetti fotografici e video mirati che permettano di continuare il percorso di rinnovamento dell'archivio intrapreso e che ha coinvolto fino ad oggi numerosi fotografi a più livelli e divisi sulle varie stagioni oltre ad una grande firma, approfondendo temi più deboli o difficili da rappresentare quali food, città e centri storici animati, outdoor, cultura , famiglia.</p> <p>Tali attività sono funzionale alla produzione di contenuti foto e video da distribuire su tutti i canali di comunicazione legati al brand Trentino quali portale, materiali on e offline, campagne di comunicazione on e offline, eventi pr e fiere, etc.</p> <p>Dal punto di vista della produzione video con il 2017 parte, in collaborazione con le Apt d'ambito, un nuovo progetto che, con lo stesso stile cinematografico destinato prevalentemente ad una distribuzione broadcaster, rinnovi l'immagine legata alle motivazioni di vacanza in Trentino.</p> <p>Dal 2017 sarà inoltre attivo e funzionante il nuovo progetto di Cloud Multimediale sviluppato con la collaborazione di Trentino Network, che ci permetterà di costituire un archivio multimediale territoriale condiviso e contenente foto e video del territorio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Su questo fronte il 2017 ha visto crescere, anche dal punto di vista qualitativo, l'intervento di fotografi e filmmaker di comprovata esperienza provenienti da Italia ed estero e che, sulla scorta di quanto realizzato negli anni passati, hanno prodotto nuovi scatti e video in linea con il concept di comunicazione adottato. Ha preso inoltre avvio la fase operativa del progetto biennale di produzione di immagini broadcaster e gestione dell'archivio foto online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e di test, è partito ad inizio anno. Si sono inoltre avviate importanti collaborazioni in campo fotografico con stakeholder del settore quali FujiFilm, al fine di poter costruire progetto fotografici e video con taglio e distribuzione internazionale.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Comunicazione corporate</b></p>	<p>Brand Identity territoriale</p>	<p>Nel 2017 proseguirà il lavoro iniziato nel 2016 rispetto ad un progetto di evoluzione di una brand identity che, a partire dal marchio, possa trovare declinazione ed applicazione in altri mondi di potenziale interesse turistico ed economico, quale quello dei trasporti coinvolgendo treni, autobus urbani ed extraurbani, la segnaletica agli ingressi della provincia, gli uffici turistici territoriali nonché delle società di sistema della Provincia. Eventuali altri partner privati che possano trasmettere i valori del marchio.</p> <p>Di pari passo proseguito i ragionamenti sulle card territoriali e sulla presenza del marchio in punti e strumenti strategici per il territorio (bicigrill, wifi, recharger, app, ecc.) che permettano a locali e turisti di percepire la presenza di un progetto di branding territoriale evoluto.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Anche sulla parte inerente il branding si sono realizzati, in autonomia o in collaborazione con la Provincia, in conformità a quanto indicato dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, una serie di brandizzazioni o strumenti di comunicazione avente l'obiettivo di rafforzare la notorietà del brand dentro e fuori il territorio Trentino. Nello specifico si sono realizzati materiali editoriali istituzionali e tematici, video istituzionali e tematici, nuovo format di comunicazione della Pat, personalizzazione di: accessi stradali, colonnine wifi, circoli vela del Trentino, bicigrill, etc, oltre ad aver adottato un nuovo format di allestimento per i grandi eventi sportivi. E' partito anche il nuovo progetto di brandizzazione dei mezzi pubblici (treni, autobus e segnaletica) che ci vedrà impegnati nel triennio 2017/19.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Campagna di advertising</b></p>	<p>Campagna di marca e tematiche</p>	<p>Lancio nuova campagna di marca in Italia e all'estero nei paesi individuati su stampa e tv/radio.                      Lancio campagne tematiche su stampa e tv.                      Curare i rapporti con le Agenzie (Liberate le Aragost e Phd), 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.</p>	<p>L'azione è stata eseguita. In particolare si segnala:                      INVERNO ITALIA - Tematiche: Montagna Snow, Sport, Fun, Eventi, Rifugi, Enogastronomia, Wellness                      Campagna stampa quotidiana e periodica: 66 uscite posizioni TOP                      Principali testate: La Repubblica, Corriere della Sera, Il Messaggero lo Donna, D, Style, Sette, National Geographic Ita, Messaggero, Sole 24h, Il Venerdì, Wired, Gazzetta dello Sport, Sport week, Living, G Magazine, F, IL, Il Giornale, Il Manifesto.                      Radio Italia Anni 60: 300 spot da 30"                      TV: LA 7-LA7d: 199 spot da 20"                      TV: locali Sud Italia: Tele Norba, Tele 2, Antenna Sicilia, Canale 21 . 168 pillole da 90" + 56 spot da 30"                      TV: Raisport: 16 spot da 30"                      TV: Sport outdoor TV network - SportItalia, Nuvolari, Rete Economy + network di oltre 100 tv locali: 512 spot da 15"                      INVERNO ESTERO - Tematiche: Montagna Snow, Sport, Fun, Enogastronomia, Wellness, Italian Life Style, Cultura                      Campagna stampa: 2 uscite su National Traveller UK , Snow - The Alps Magazine USA                      Speciali: Cycle Live Magazine Belgio Pubbliredazionale 4pag. + editoriale di 6pag. Veicolazione Magazine Trentino (1.300.000 copie), sulle principali testate quotidiane e periodiche: DE, CZ, POL, UK, RUSSIA                      TV: Eurosport Panaeuropeo 193 spot da 30", 868 billboard da 6"                      TV: Sky UK. DE, International 883 Spot da 30" + 300 billboard da 10" - 5" + 85 vignettes da 90"                      ESTATE ITALIA - Tematiche: Mondo acqua, Mondo montagna Trekking, Bike, Rifugi, Eventi, Enogastronomia, Wellness, Cultura                      Campagna stampa quotidiana e periodica: 30 uscite posizioni TOP - Principali testate: La Repubblica, D, lo Donna, Corriere della Sera, Grazia, Vanity Fair, Sette, Style, Amica Kitchen, The Life Style Journal, Messaggero, Dove Travel Issue                      Campagna stampa ritiri Roma: 16 uscite in posizioni TOP - Principali testate: Gazzetta dello Sport, Tuttosport, Corriere dello Sport, Messaggero                      TV Rai 2: Giro d'Italia. 9 spot da 15"                      TV Bike Channel. Format in Viaggio con Justine 4 episodi + 15 repliche da 24'                      TV: Sport outdoor TV network : Sport Italia, Nuvolari, Rete Economy + network di oltre 100 tv locali: 512 spot da 15"                      TV: Sky Italia 543 promo da 20" + 1 speciale "I Suoni delle Dolomiti" 40'                      ESTATE ESTERO - Tematiche: Mondo acqua, Mondo montagna Trekking, Bike, Rifugi, Eventi, Enogastronomia, Wellness, Cultura, Fishing                      Campagna Stampa - Speciali Stampa DE: Monografico Geo Saison DE 85.000 copie, 3 Speciali Alpin Magazine 40.000 copie, 1 speciale 6 pagine Bergsteiger 40.000 copie. NL Style 020 8 pagg 140.000 copie                      Veicolazione Magazine Trentino (1.300.000 copie), sulle principali testate quotidiane e periodiche: DE, CH, A, CZ, POL                      TV: CZ TV NOVA 33 spot da 30", PL: POLSAT + POLSAT 2 - 75 Spot da 30"                      TV: Eurosport Panaeuropeo 55 sport da 15"                      TV: Sky UK , DE, International 370 Spot da 30" + 59 vignette da 90" + 2 speciali "I Suoni delle Dolomiti" da 40' DE- UK                      TV Bike Channel UK. Format Discover Trentino 4 episodi + 15 repliche da 24'                      AUTUNNO ITALIA - Mondo montagna Trekking, Bike, Rifugi, Eventi, Enogastronomia, Wellness, Cultura                      Campagna Stampa quotidiana e periodica: 21 uscite posizioni TOP - Principali Testate: Corriere, Repubblica, D, the Life style journal, Gazzetta dello Sport, lo Donna, Sette, Sport Week, Style                      Radio Italia: 10 rubriche unbranded da 90" + 35 billboard da 7"</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p align="center"><b>La piattaforma digitale</b></p>	<p>Consolidamento piattaforma VisitTrentino</p>	<p>Efficientamento della piattaforma VisitTrentino. Miglioramento delle funzionalità di integrazione con siti esterni e sistemi esterni (siti APT, club o altre organizzazioni territoriali). Evoluzione e aggiornamento delle piattaforme mobile. Integrazione con le altre piattaforme aziendali. Divulgazione sul territorio tramite le web agency delle integrazioni di piattaforma</p>	<p>Tutte le azioni previste sono state realizzate. Miglioramento prestazioni generali del portale e messa a disposizione di modalità rapide di accesso come le pagine AMP e verifica periodica della velocità del sito. Collegamento di nuove APT al flusso eventi su VisitTrentino per aumentare l'integrazione. Nuova versione di Trentino outdoor e aggiornate le app per compatibilità ios 11 . Creazione di widget.visitrentino.info per condividere con le web agency territoriali gli strumenti di piattaforma.</p>
	<p align="center"><b>Le attività di digital content e social</b></p>	<p>Content Factory</p>	<p>Raccogliere, ideare, creare contenuti di qualità ad "alto valore esperienziale" allo scopo di gestire prioritariamente i canali propri digitali (piattaforma) e alimentare tutti i canali di comunicazione aziendali in modo coordinato e adatto/coerente/mirato.</p>
<p>Produzione contenuti su VisitTrentino</p>		<p>Produzione contenuti e articoli nelle stagioni e nelle lingue previste dal PO Nuove aree semantiche (5 new) Aggiornamento guida</p>	<p>Tutte le azioni sono state realizzate: - nel 2017 sono stati prodotti e pubblicati 664 articoli in totale - sono state prodotte 5 nuove moodboard (speciale autunno, speciale primavera, speciale nuovo lusso, per friendly, green holiday) - sono stati revisionate gran parte delle schede relative a musei, laghi, cascate, aree scistiche e aree turistiche sia per quanto riguarda i testi che per quel che riguarda le foto</p>
<p>Social</p>		<p>Stimolare la community a compiere azioni di passaparola delle "proposte vacanza del Trentino" e delle "esperienze possibili" Massimizzare i Social come canali di ingaggio verso la piattaforma Visittrentino</p>	<p>Tutte le azioni previste sono state realizzate. Azioni di dinamicizzazione tramite l'incremento di stories, contenuti live e dirette streaming Azioni di supporto e complementari alle campagne di promozione sia on che off, tramite un calendario editoriale condiviso Utilizzo di contenuti ad alto impatto visivo come scatti di influencer internazionali e video pille particolarmente adatte ad un pubblico social Rubriche settimanali: losapeviche –pillole di curiosità e conoscenza del Territorio; foto-confronto - si propongono 2 foto dello stesso luogo e si chiede alla community quale preferiscono o che luogo sia; Top Instaplace del Trentino: ogni settimana un post con un luogo diverso fra quelli elencati nell'articolo sul sito + link all'articolo stesso; luoghi unici: ogni settimana un post con un luogo diverso fra quelli elencati nell'articolo sul sito + link all'articolo stesso; La citazione la fai TU!: rubrica volta a stimolare l'utente a scrivere in un commento una citazione, frase, parola relativa alla foto e al Trentino. Pubblicazione giornaliera su Instagram di tre foto tematiche, con link in bio per incentivare l'ingaggio verso il sito Visittrentino.info Pubblicazione giornaliera su Facebook di almeno due contenuti pubblicati su Visittrentino.info</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Le attività di digital content e social</b></p>	<p>Influencer Marketing</p>	<p>Coinvolgere influencers esteri e network di opinion leader che trattano temi affini al prodotto trentino.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.                      Nel 2017 abbiamo ospitato oltre 50 influencer internazionali tra instagrammer, blogger e vlogger provenienti dai nostri principali Paesi di riferimento, generando sui loro canali di influenza circa 3 milioni di like e oltre 20.000 commenti riguardanti la destinazione Trentino.                      Nazionalità di provenienza: Olanda, Inghilterra, Germania, Polonia, Svezia, Finlandia, Italia                      Temi e target coperti: family, outdoor, nature and great landscapes, food&amp;wine, wellness, cultura.</p>
<p><b>Le attività di digital marketing</b></p>	<p>Attività SEO</p>	<p>Attività di SEO (search engine optimization) per migliorare e ottimizzare la presenza dei contenuti del Trentino sui principali motori di ricerca.                      Internazionalizzazione del sito web per rafforzarne la presenza sui mercati internazionali</p>	<p>L'azione è stata effettuata.                      Nel corso dell'anno sono stati fatti molteplici interventi per ottimizzare il portale del Trentino e migliorarne la rintracciabilità attraverso le ricerche su Google e su altri motori di ricerca. Ciò è avvenuto sia attraverso azioni strutturali all'interno del codice sorgente delle pagine web (creazione site map, correzione errori 404, correzione pagine web non visibili dai motori di ricerca), sia attraverso la creazione di nuovi contenuti ottimizzati di volta in volta, con la finalità di migliorare la visibilità del sito per aree semantiche strategiche, in accordo con i punti del piano strategico aziendale.                      Un grande sforzo è stato impiegato per migliorare la visibilità del sito nei confronti dei mercati esteri con la produzione di molti nuovi contenuti e con il cambio di dominio del sito web che è passato da <a href="http://visittrentino.it">visittrentino.it</a> a <a href="http://visittrentino.info">visittrentino.info</a>. Quest'attività ha comportato anche una grossa attività di "link building", azione volta ad aumentare il numero di siti web che presentano link verso <a href="http://visittrentino.info">visittrentino.info</a>.</p>
	<p>Campagna di marca</p>	<p>Campagna di marca su tutti i paesi europei, integrata con il resto delle azioni di comunicazione (campagna multi-channel) garantendo una grande copertura digitale attraverso una pressione pubblicitaria su tutti i canali, Facebook in primis. La campagna di marca si è proposta di utilizzare dei testimonial d'eccezione, internazionali, amanti dell'Italian Life Style e conoscitori del Trentino.                      La campagna è stata lanciata con la collaborazione di una nuova agenzia di comunicazione e di un nuovo centro media ed è stata lanciata sia per la promozione della vacanza estiva che di quella invernale.                      Il punto di ri-partenza è stato quello dei comportamenti dei turisti che oggi hanno necessità, atteggiamenti e aspettative che richiedono da parte delle destinazioni un cambio di paradigma nel linguaggio, nei codici di comunicazione e nei formati.                      Per questo il linguaggio prevalente e più efficace per il pubblico contemporaneo è stato quello visivo, nel rispetto dello stile e dei gesti in cui il turista deve riconoscersi e sentirsi protagonista.                      L'obiettivo è stato di produrre una nuova immagine del Trentino, ricca di fascino e tendenza e che sappia trasmettere, oltre ai valori, tutto il life style italiano.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.                      La campagna di marca è stata fortemente integrata ed amplificata su tutti i canali digitali.                      Contenuti visual, video in primis, ed il coinvolgimento di opinion leader della rete sono stati gli asset principali su cui si è sviluppata la campagna con il coinvolgimento di blogger, instagrammer e vlogger soprattutto internazionali, chiamati a raccontare il Trentino alla propria community attraverso un ingaggio in prima persona.                      L'obiettivo di questa attività di influencer marketing è stato quello di raggiungere nuovo pubblico attraverso la voce di chi in rete gode di popolarità e autorevolezza e quindi garantisce efficacia del messaggio. Questa attività è stata affiancata da un'intensa diffusione dei contenuti oggetto della campagna sui social media (Facebook, Instagram, Twitter e Youtube), attraverso azioni di native advertising sui principali network internazionali (ad esempio Ligatus e Outbrain) ed attraverso una forte partnership con Google.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Le attività di digital marketing</b></p>	<p>Campagne tematiche / per passioni</p>	<p>Alternate ed integrate con la campagna di marca, sono state lanciate, special-mente a livello internazionale, azioni di comunicazione ADV mirate, che hanno ap-profondito i grandi temi/passioni/eventi in modo da creare interesse e innescare la marcia di avvicinamento alla “conversione”, creando relazione e ingaggio. Grande risalto è stato dato a passioni di vacanza quali l’andare in bici, il cam-minare in montagna, gli sport d’acqua ed il benessere. Attenzione è stata data anche ai grandi eventi sportivi, culturali, musicali ed enogastronomici, le cui campagne hanno mirato ad ispirare ed attrarre verso il Trentino gli appassionati di sport, cultura, musica ed enogastronomia.</p> <p>I temi/passioni comunicati nelle campagne tematiche in Italia e nel mondo sono stati i seguenti:  Mondo Bici   Pedali  Montagna   Escursionismo   Rifugi  Montagna   Ski &amp; Snow  Cultura   Enogastronomia  Acqua: sport &amp; fun  Fishing  Thermae  Eventi  Sport  Cultura / Festival  Enogastronomia</p>	<p>L’azione è stata effettuata.</p> <p>Le campagne tematiche: eventi/temi/passioni sono state lanciate a livello nazionale ed internazionale su tutti i canali digitali attraverso azioni finalizzate ad intercettare in rete gruppi di potenziali turisti e appassionati di sport, cultura ed enogastronomia, profilati per passioni (bike, sci, trekking, ecc) attivando azioni sia di content (speciali su magazine e siti specializzati /storytelling ) sia attraverso profilazioni in tempo reale (in-target e in-market) con un mix di azioni di adverti-sing e distribuzione contenuti basato sui dati quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programmatic buying, che permette di segmentare e profilare il pubblico a cui vogliamo esporre il messaggio in maniera più efficace rispetto ai tradizionali metodi di targeting.</li> <li>- Native advertising: in coerenza con le passioni da promuovere sono stati distribuiti contenuti specifici ad alto impatto su una rete di siti verticali con spazi in posizioni top.</li> <li>- Post promoted sui social in particolare Facebook e Instagram</li> <li>- Azioni di retargeting e prospect attraverso Facebook, Google e Youtube al fine di raggiungere utenti più propensi a rispondere positivamente alle azioni pubbli-citarie.</li> </ul> <p>Sono state fatte anche campagne “Lead generation” finalizzate a raccogliere lead e ad alimentare la base dati clienti del Trentino.</p>
	<p>Altre attività WEB</p>	<p>Monitoraggio della rete e statistiche digitali</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>La rete e la domanda, nonchè tutte le piattaforme web di Trentino Marketing sono stati costantemente monitorati attraverso strumenti quali Google Analytics, Semrush, Google Trend, Sprout ed il sistema di statistiche di Facebook. E’ stato fatto uno sforzo notevole per la produzione anche di nuove dashboard e report per migliorare il monitoraggio statistico da parte dei singoli uffici di Trentino Marketing.</p>
	<p>Attività UX (User Experience)</p>	<p>Analisi dell’architettura del portale del Trentino ed interventi finalizzati al miglio-ramento dell’esperienza dell’utente e dei principali flussi di navigazione.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CRO (conversion rate optimization) con focus sul percorso di prenotazione</li> <li>- Realizzazione di nuovi template per campagne di marca estate ed inverno, e nuovo piano strategico dei contenuti</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Sono stati compiuti degli interventi con il fine di migliorare il funzionamento e l’usabilità delle pagine web del sito visitrentino.info, con interventi specifici volti ad ottimizzare il funnel di prenotazione ed i principali flussi di navigazione. Realizzazione di nuove landing page finalizzate alla declinazione digitale della campagna di marca estiva ed invernale sul portale del Trentino.</p> <p>Studio e proposta di nuovi template grafici in linea con le nuove esigenze del piano strategico dei contenuti. I template verranno poi realizzati nei primi mesi del 2018.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>PR &amp; Media</b>	Incontri e conferenze stampa	<p>Incontri e conferenze stampa Italia-Estero</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel corso del 2017 sono stati organizzate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 8 conferenze stampa locali e 2 lanci locali</li> <li>- 15 tra conferenze e incontri stampa in Italia e all'estero.</li> </ul>
	Sportelli Media	<p>Attualmente è operativo 1 sportello Milano per la stampa nazionale e lombarda. A questo se ne aggiungono altri attivati all'occorrenza in altre città strategiche, con nostri referenti di fiducia.</p> <p>Sui principali mercati esteri (D/A/CH/PL/CZ/NL) il mondo dei media viene presidiato grazie alla collaborazione con agenzie PR specializzate nella comunicazione turistica.</p> <p>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</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Tutta l'attività di comunicazione giornalistica nel 2017 (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.</p>
	Servizi e strumenti di supporto	<p>Press room</p> <p>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.</p> <p>Rassegna stampa</p> <p>Un puntuale ed attento monitoraggio della presenza del Trentino sui media di carta stampata, radio, tv, web, in Italia ed all'estero, permette sia di misurare l'efficacia delle strategie di comunicazione messe in atto sia di verificare quali siano i temi, i progetti, i prodotti turistici che raccolgono maggiormente l'interesse degli operatori dei media e che sono quindi funzionali in un'ottica di comunicazione giornalistica</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Le press room rappresentano lo strumento dedicato agli operatori della comunicazione. Sono attivi in 6 lingue (I, GB, D, NL, RU, CZ, PL).</p> <p>La rassegna stampa rappresenta uno strumento fondamentale per misurare la visibilità del Trentino sugli organi di stampa nazionali ed esteri.</p> <p>Nel 2017 si contano tra carta stampata, radio, TV, web:</p> <p>ITALIA: 9.833 uscite per un controvalore di € 78.954.278</p> <p>REPUBBLICA CECA: 63 uscite per un controvalore di € 382.900</p> <p>POLONIA: 581 uscite per un controvalore di € 2.223.921</p> <p>OLANDA: 180 uscite per un controvalore di € 765.416</p> <p>GERMANIA: 612 uscite per un controvalore di € 7.946.100</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
PR & Media	Viaggi stampa	<p>Nel corso del 2017 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.</p> <p>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.</p> <p>Si supporteranno altresì viaggi stampa, organizzati da APT e ProLoco e soggetti altri, su temi e progetti condivisi con l'Area Media &amp; Pr di Trentino Marketing.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel 2017 sono state organizzati circa 44 viaggi stampa individuali (6 Italia e 38 estero) e 14 viaggi stampa di gruppo (1 Italia e 13 estero), focalizzati sui temi cardine dell'offerta turistica trentina.</p>
	Progetto Dolomites Vives	Attività non presente inizialmente nel PO2017 ma la progettualità è aggiunta successivamente.	<p>Il progetto è stato realizzato in collaborazione con IDM, Apt Val di Fassa, Consorzio Turistico Val Gardena, Consorzio turistico Alta Badia ed altri soggetti regionali. Sono stati organizzati 9 eventi nei mercoledì di luglio ed agosto e per quanto riguarda la comunicazione è stata pianificata un'attività di ufficio stampa, nonché una piccola campagna advertising. Sono stati inoltre realizzati un sito web e un flyer, entrambe in 3 lingue.</p>



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Partnership ed eventi sportivi</b>	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 2017 l'ottimo risultato in classifica di Aquila Basket (finale Scudetto) ha fatto registrare un interesse mediatico importante, che consente la veicolazione del brand anche a livello europeo. L'intervento è stato incrementato rispetto a quanto inizialmente pianificato, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, con riferimento al contenuto della nota D336/2017/443595/15-2014-4 del 16 agosto 2017 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport.
	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. L'intervento è stato incrementato rispetto a quanto inizialmente pianificato, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, con riferimento al contenuto della nota D336/2017/443595/15-2014-4 del 16 agosto 2017 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport.
<b>Sport &amp; Partnership sportive: Il grande calcio</b>	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 incentivi 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) L'utilizzo dell'immagine dei giocatori e del Napoli Calcio nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e presenza dei giocatori allo stand Trentino durante la BTM di Napoli per promuovere il Trentino e la Val di Sole. e) Il ritiro anche nel 2017 è stato molto lungo, 20 giorni, consentendo un'occupazione della valle molto prolungata. Grazie al lavoro di ufficio stampa il ritiro ha 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.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Sport &amp; Partnership sportive: Il grande calcio</b>	ACF Fiorentina	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con ACF Fiorentina hanno riguardato:</p> <p>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;</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location";</p> <p>c) creazione all'interno del sito <a href="http://www.visittrentino.it">www.visittrentino.it</a> di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo;</p> <p>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 incentivi per le reti vendita e partners strategici;</p> <p>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;</p> <p>f) integrazione e relazione con i vertici ed il management dei Club;</p> <p>g) nuove opportunità con i partner dei Club attraverso workshop o presentazioni.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale.</p> <p>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.</p> <p>e) L'organizzazione della parte tecnica e di intrattenimento per i tifosi è stata positiva e apprezzata da tutti i soggetti coinvolti.</p>
	AS Roma	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con AS Roma hanno riguardato:</p> <p>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;</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori dei Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location";</p> <p>c) creazione all'interno del sito <a href="http://www.visittrentino.it">www.visittrentino.it</a> di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo;</p> <p>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 incentivi per le reti vendita e partners strategici;</p> <p>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;</p> <p>f) integrazione e relazione con i vertici ed il management dei Club;</p> <p>g) nuove opportunità con i partner dei Club attraverso workshop o presentazioni.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale.</p> <p>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</p> <p>d) Importanti attività pr sono state attivate in particolare con giornalisti ospiti dell'Area PR e Comunicazione di TM</p> <p>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.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Sport &amp; Partnership sportive: Il grande calcio</b>	Altri Ritiri	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito degli Altri ritiri hanno riguardato:</p> <p>a) sinergia con le APT di ambito e le società interessate a svolgere il ritiro estivo in Trentino per trovare la collocazione ideale</p> <p>b) lavorare in sinergia con le APT di ambito per realizzare l'accordo di partnership e co-brandizzare i campi di allenamento e le sfruttare congiuntamente le altre opportunità promo-pubblicitarie.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>a) numerosi altri ritiri sono stati organizzati sul territorio con il nostro supporto: ChievoVerona, Hellas Verona, Cagliari, Bari, Cremonese, Virtus Entella, Parma Calcio Pisa, etc...anche di squadre giovanili quali la Primavera della Juventus.</p> <p>b) si è lavorato con l'apt di ambito per brandizzare congiuntamente i campi di allenamento e, durante la stagione, produrre materiale e contenuti condivisi.</p>
<b>Sport &amp; Partnership sportive: Federazioni</b>	FISI FISG Norway Ski Team	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono le seguenti:</p> <p>a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l;</p> <p>b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino);</p> <p>c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate (presentazione squadra ecc.);</p> <p>d) supporto all'attività delle Federazioni;</p> <p>e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio;</p> <p>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.</p> <p>h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala:</p> <p>FISI:</p> <p>a) Attività in occasione di Skipass di Modena con presentazione dei Mondiali Juniores 2019 della Val di Fassa e durante le gare di Coppa del Mondo in Trentino</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>L'azione è stata parzialmente effettuata con riferimento al contenuto della nota PAT/RFA040/2017-78957 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport, del 10 febbraio 2017, protocollo TM 83 del 13 febbraio 2017.</p> <p>FISG:</p> <p>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.</p> <p>Norway Sky Team:</p> <p>b) E' stata personalizzata la pista di allenamento degli atleti.</p> <p>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.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p align="center"><b>Sport &amp; Partnership sportive: Federazioni</b></p>	<p>Nazionale Pallavolo Nazionale Basket</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono, usualmente, le seguenti:</p> <p>a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l.;</p> <p>b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino);</p> <p>c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate (presentazione squadra ecc.);</p> <p>d) supporto all'attività delle Federazioni;</p> <p>e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio;</p> <p>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.</p> <p>h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi.</p>	<p>FIPAV - Nazionale Pallavolo: Anche nel 2017 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.</p> <p>FIP - Nazionale Basket: Anche la partnership pluriennale con la Nazionale di Basket consolida Folgaria come riferimento estivo per gli appassionati di basket. Anche nel 2017 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, e un evento/conferenza in piazza a Folgaria. Anche nel 2017 è stata inoltre organizzata con successo la Trentino Basket Cup a Trento, evento di richiamo in quanto primo appuntamento ufficiale della stagione. Inoltre durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social.</p>
<p align="center"><b>Partnership ed eventi sportivi</b></p>	<p>Trentino Azzurro</p> <p>Altri Eventi Sportivi e Allestimenti</p>	<p>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.</p> <p>Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, partnership e attività di carattere turistico e di interesse per Trentino Marketing. Si riferisce inoltre alla produzione di beni/materiali e all'acquisizione di servizi finalizzati alla valorizzazione degli eventi sportivi e delle partnership in essere.</p>	<p>L'azione è stata effettuata, in conformità a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione. 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. L'azione è stata effettuata con riferimento al contenuto della nota PAT/RFA040/2017-465847 del Dipartimento Cultura, Turismo, Promozione e Sport, del 29 agosto 2017.</p> <p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- produzione di materiali di visibilità Trentino per eventi ed atleti (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch)</li> <li>- materiali ad hoc per le maggiori regate del Circolo Vela Torbole</li> <li>- realizzazione di doppia pagina pubblicitaria su Gazzetta dello Sport e Sport Week per la promozione dei ritiri estivi</li> <li>- produzione del flyer sport contenente i maggiori eventi sportivi dell'anno;</li> <li>- altre azioni quali: attività promozionale Trentino Rookie Fest, valorizzazione Coppa Europa Femminile di Andalo, Partnership FIM Super Moto, partnership con il Sole24Ore, valutazione analisi sponsorship con Repucom, valorizzazioni evento Hackaton, Skyrace, partnership con la Federazione Italiana Snowboard, produzioni per Adunata degli Alpini, La Leggendaria Charly Gaul, partnership Bayern Basket, Coppa Europa val di Fassa, evento Bonde Miller ad Andalo, Finali Coppa del Mondo MTB.</li> </ul>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Partnership ed eventi sportivi: Ciclismo</b>	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 2017 Trentino ha avuto un arrivo di tappa a Canazei (24/05), e una partenza di tappa il giorno successivo da Moena (25/05). 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. d) Piano di lancio dell'evento in sinergia con l'APT della Val di Fassa (social e stampa) e si è strutturata un piano di intrattenimento per la 2 giorni, per il pubblico e gli appassionati presenti.
	Tour of the Alps	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Tour of the Alps sono i seguenti: a) creazione ed ideazione del nuovo evento b) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino; c) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; d) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio; e) Stretta interazione con gli organizzatori per pianificare la massima diffusione mediatica possibile.	L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala: a) Si sono realizzati insieme alle società di promozione turistica di Tirolo e Alto Adige, le 3 Province coinvolte, e GS Alto Garda, dei protocolli d'intesa e di programma volti a strutturare e definire le caratteristiche dell'evento ed i termini dell'accordo. b) Si è pianificato il posizionamento del marchio Trentino con simulazioni e realizzazione ad hoc di materiali c) Veicolazione delle proposte vacanza Trentino attraverso i canali social dell'evento e realizzazione interviste, e attraverso la realizzazione di uno stand condiviso con Alto Adige e Tirolo d) già dalla prima edizione si è pianificata una distribuzione mediatica importante a livello europeo e internazionale.
<b>Partnership ed eventi sportivi: Eventi estate</b>	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, sia durante il GP di Pietramurata, sia durante gli altri GP mondiali; 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. Massimizzazione 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.
	Coppa del Mondo MTB	Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della Coppa del Mondo 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) Massimizzazione dei supporti promopubblicitari a visibilità Trentino. Attività in sinergia con APT Val di Sole e con la regia dell'evento al fine di comunicare l'evento in Italia e all'Estero 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.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Partnership ed eventi sportivi: Fondo</b></p>	<p>Convenzione Assessorato Sport Iniziative di valenza provinciale</p>	<p>Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di piccoli eventi sportivi.</p>	<p>L'azione è stata effettuata, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, procedendo con la stipula dei relativi contratti e la valorizzazione degli stessi.</p> <p>L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2017 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.</p> <p>Tale elenco di iniziative con il relativo importo è indicato dal Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport D336/2017/468240/15-2014-4 del 30 agosto 2017 e successivamente valutato dalla apposita Commissione.</p>
	<p>Sponsorizzazioni Atleti e Squadre</p>	<p>Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di atleti e società di interesse turistico e territoriale.</p>	<p>L'azione è stata effettuata, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione. La procedura prevede l'acquisizione da parte dell'Ufficio Sport delle richieste di sponsorizzazione di atleti e squadre e la loro analisi al fine di predisporre le schede informative da sottoporre alla Commissione preposta per la valutazione. L'Ufficio Sport, per le domande accolte, provvede alla stipula dei relativi contratti ed alla valorizzazione degli stessi durante la stagione sportiva.</p> <p>L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2017 del "Fondo Marketing per la Promozione dello Sport", come da Accordo stipulato tra Trentino Marketing e PAT-Assessorato allo sport/Dipartimento sport, cultura, turismo e sport Protocollo Trentino Sviluppo 1 agosto 2016, prot. 409086 del 2 agosto della PAT.</p>
	<p>Grandi Eventi, Partnership e Riconoscimenti</p>	<p>Azioni di visibilità e promopubblicitarie relative alle sponsorizzazioni di grandi eventi sportivi, nonché partnership e riconoscimenti.</p>	<p>L'azione è stata effettuata, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p> <p>L'attività si riferisce a specifiche risorse finanziarie inserite nel Programma Operativo 2017 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 con specifiche note del Dipartimento Cultura, turismo, promozione e sport.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Eventi cultura e territorio</b></p>	<p>I Suoni delle Dolomiti</p>	<p>Il programma d 2017 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.</p> <p>Per far questo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le Dolomiti rimarranno al centro del festival</li> <li>- Verrà mantenuto un numero di concerti contenuto a favore di una proposta artistica coerente con una comunicazione internazionale</li> <li>- Sarà rafforzata la relazione con gestori dei rifugi, Guide Alpine e Accompagnatori di territorio</li> <li>- 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</li> <li>- Si leggerà maggiormente l’evento all’ospitalità in valle e in quota creando un calendario sinergico,ove possibile, tra territori limitrofi.</li> </ul>	<p>L’azione è stata realizzata con successo.</p> <p>E’ stato costruito un calendario di concerti di grande qualità funzionale alla comunicazione internazionale. Ognuno dei 24 appuntamenti ha visto una notevole partecipazione di pubblico -, complessivamente circa 38.000 persone</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- e un’ottima collaborazione da parte dei partner di progetto: Apt, Gestori dei Rifugi, Impiantisti, Guide Alpine e Accompagnatori di territorio.</li> </ul>
	<p>Il Trentino dei Castelli</p>	<p>Per la promozione dell’offerta culturale legata ai Castelli del Trentino verrà organizzata insieme alle Apt Val di Non, Trento e Val di Sole la nuova edizione del Trentino dei Castelli.</p>	<p>L’azione è stata realizzata tutti i sabati dal 15 aprile al 10 giugno e dal 29 luglio al 16 settembre nella edizione normale e domenica 4 giugno, domenica 30 luglio, domenica 20 agosto con lo Speciale famiglia e un totale di 2153 passeggeri.</p>
	<p>Bande in vetta</p>	<p>Collaborazione con la Federazione dei Corpi Bandistici della provincia di Trento per la realizzazione di “Bande in Vetta” evento messo in campo per la valorizzazione dei rifugi con 14 appuntamenti organizzati sinergicamente e in modo coordinato con quelli dei Suoni delle Dolomiti.</p>	<p>L’azione è stata realizzata.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Produzioni trentine ed eventi enogastronomici</b>	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 Vinality. Collaborazioni con altri enti quali la Camera di Commercio di Trento, le Apt e le Strade del vino e dei sapori. 2. Coordinamento degli eventi enologici del Trentino tramite accordo con Strada del vino e dei sapori del Trentino.	1. Tutte le azioni definite nel piano di promozione del settore vitivinicolo concordato con il Consorzio Vini del Trentino sono state effettuate. 2. L'azione è stata realizzata, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, tramite l'accordo con la Strada del vino e dei sapori del Trentino.
	Grappa trentina	Piano di promozione del settore grappicolo declinato in attività di comunicazione ed in momenti di promozione sul territorio e nei confronti del sistema 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. Diversi eventi in Trentino a Santa Massenza dedicati alla stampa nazionale e agli operatori del settore ricettivo e sei appuntamenti riservati alla stampa e agli operatori in città importanti quali Milano e Roma.
	Fiere settore	1. Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale. 2. Fruit Attraction Madrid: comarketing con Apot per valorizzazione marchio trentino e marchio di qualità.	1. Azione 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. 2. Per la Fruit Attraction di Madrid è stato effettuato un comarketing con Apot.
	Eventi enogastronomici	<p>Albe in Malga                      "Albe trentine" nei mesi estivi, da giugno a settembre 2017, 36 appuntamenti in calendario nelle malghe di tutta la provincia, il turista potrà assistere e partecipare al rito della mungitura, osservare come si producono i formaggi d'alpeggio e imparare come si vive in malga.</p> <p>TrentinoSkisunrise                      Iniziativa che da gennaio a marzo 2017, la proposta è 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; per la stagione invernale 2016-2017 sono stati 28 gli appuntamenti a calendario.</p> <p>Trentino Ad Occhi Chiusi                      Iniziativa programmata nei mesi estivi, in collaborazione con l'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti, indirizzata all'accoglienza di turisti videolesi e relativi accompagnatori; sono state programmate complessive 50 date a calendario, da giugno a novembre in tutti gli ambiti della provincia, come proposte di soggiorno week-end "da godere con tutti i sensi" e con programmi adatti per permettere ai partecipanti i giusti tempi di recupero e la massima flessibilità per soddisfare le esigenze di gruppi con ospiti disabili.</p>	Le azioni Albe in Malga, Trentino Ad Occhi Chiusti e Trentino Ski Sunrise sono state effettuate in collaborazione con Apt, Consorzi turistici, Strade del vino e dei sapori, operatori delle strutture ricettive, produttori, 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. Inoltre sono state promosse anche altre feste dell'alpeggio e della transumanza attraverso azioni di adv e realizzazione flyer.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Produzioni trentine ed eventi enogastronomici</b>	Latte in festa	Latte in festa: Al fine di sensibilizzare il consumo di latte trentino e di tutti i suoi derivati sono stati realizzati alcuni weekend denominati "Latte in festa" in 5 ambiti territoriali provinciali (Val di Non, Primiero, Val di Sole, Monte Bondone e Passo Vezena).	L'azione è stata effettuata e sono state realizzate tutte le 5 feste in programma. Ciascun ambito coinvolto ha messo in essere molteplici attività. In particolare ogni appuntamento ha proposto un ricco calendario di laboratori, degustazioni dei prodotti lattiero caseari, insieme ad attività per famiglie nell'ambiente unico delle località sedi delle malghe trentine. TM si è occupata della promozione generale dell'evento e di tutta la comunicazione locale e nazionale. Ha inoltre fornito supporto logistico per l'organizzazione delle feste, impegnandosi direttamente per la realizzazione di uno stand del Marchio Qualità Trentino, presente in tutte gli eventi in programma.
	Strade del vino	Implementazione sito tastrentino.it	Azione attivata attraverso l'aggiornamento dei contenuti generali del sito e nella gestione della mail di riferimento (richieste informative). Implementazioni ed evolutive concordate con ufficio Digital Technology sia dal punto di vista Front-end, sia dal punto di vista back-end. Attivazione della versione in lingua (ING) del portale.
	Artigiano in fiera	Artigiano in Fiera 2017: 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 tre aree distinte: una di 100 mq riservata al comparto turistico con compartecipazione diretta di Apt per la promozione del territorio. Una dedicata all'artigianato ed al design con la realizzazione di una abtract delle Triennale del Legno. Infine, la parte più importante di 1100 mq dedicata alla valorizzazione dell'artigianato artistico e agroalimentare del Trentino. Inoltre hanno partecipato anche i grandi consorzi del comparto agricolo e l'associazione ristoratori del Trentino per la realizzazione 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.	Le azioni sono state effettuate, in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, ed hanno riguardato, come da specifiche comunicazioni della Provincia (prot. TM 358 dd 22/06/2017, prot. TM 421 dd 24/07/2017 e prot. 443 443 dd 04/08/2017) i seguenti soggetti: Federazione Provinciale Allevatori del Trentino, Caseificio Sociale Val di Fassa, Caseificio degli Altipiani e del Vezena, Concast.
	Marchio di qualità	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 relative alla campagna sono state effettuate nei mesi da settembre a dicembre. Nel corso dell'anno il Marchio è stato presente ad alcuni eventi come il Festival dell'Economia, le Feste del Latte e la 3tre. Si è rafforzata la collaborazione con le agenzie di comunicazione dei produttori al fine di integrare al meglio la comunicazione del marchio. È stato inoltre sviluppato il nuovo sito trentinoqualita.it, in cui è dedicata una scheda ad ogni prodotto e produttore, con approfondimenti legati alle ricette, queste ultime ampliate anche attraverso un ricettario cartaceo. Si sono inoltre poste le basi per una nuova partnership con le strutture Bicigrill del Trentino che partirà nella primavera 2018.
	Altre attività	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, Festa di Primavera (presso la Federazione Provinciale Allevatori).



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>B2B Mondo</b>	Comarketing TO mondo	Collaborazione 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.	L'azione è stata effettuata. Nel dettaglio si è proseguito con le azioni di co-marketing con Neckermann (Thomas Cook), Der Tour e Adac, TUI UK, TUI DE per implementazione del prodotto estivo nei cataloghi e promozione congiunta. Si continua anche con MTS per la promozione del prodotto bike.
	Educational	Organizzazione di educational tours con tour operator per stimolare e potenziare la presenza dell'offerta Trentino sui cataloghi.	L'azione è stata effettuata. In particolare sono stati organizzati fam trip per sostenere il mercato russo invernale che sta lentamente ripartendo (es. Pac Tour). E' stato inoltre organizzato un educational tour con 10 to di varie nazionalità per la promozione del prodotto trentino arte-cultura-enogastronomia (dicembre).
	Fiera ITB - Berlino	ITB Berlino (marzo).	L'azione è stata effettuata.
	Fiera WTM - Londra	Partecipazione alla fiera WTM di Londra (novembre) rivolta a trade e stampa.	L'azione è stata effettuata.
	FlySki 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. 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.	L'azione è stata effettuata in collaborazione con Apt, Unat e Asat. Nello specifico, per la stagione 2017-18 è stato inserito il collegamento con Milano Malpensa (tramite Orio Shuttle). Sono state inoltre realizzate promozioni per clienti storici, porta un amico, promozione attraverso sistema di booking Feratel, integrazione delle prenotazioni attraverso Go Euro, Rome2rio, Bus Radar. Diffusione tramite tutti i canali trentino sia on che offline.
	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.	L'azione effettuata in collaborazione con APT Madonna di Campiglio. 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 (bike, trekking, fishing).
	Mobilità	Flixbus: inizio collaborazione per ampliamento collegamenti.	La collaborazione è stata attivata e le prime tratte di prova sono partite con gennaio 2017.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>B2B</b> <b>Mondo</b></p>	<p>Trade New Markets</p>	<p>Workshop e door to door in paesi scouting come gli USA in collaborazione con le Apt e la PAT: Partecipazione a workshop ACE (Roma); Partecipazione al Mountain Travel Symposium (Banff/Lake Louise); Progetto "Trentino Dolomites &amp; Lake Garda".</p>	<p>L'azione è stata effettuata. E' stato realizzato un progetto eccellenza "Trentino Dolomites &amp; Lake Garda" per la promozione sul mercato americano degli hotel 5*: realizzazione di cocktail party e sales calls a Miami e New York.</p>
	<p>Workshop B2B</p>	<p>Realizzazione di workshop per la promozione del prodotto Trentino: Scandinavia (Stoccolma - Goteborg); Gran Bretagna (Londra - Glasgow); Russia e Kazakhstan (Mosca e Almaty); Partecipazione a giornata B2B con TO Israeliani. Collaborazione con associazione AlpNet.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in collaborazione con le Apt.</p>
<p><b>B2B</b> <b>Italia</b></p>	<p>BMT</p>	<p>Partecipazione per la prima volta alla Borsa Mediterranea del Turismo (Napoli, marzo). 4 workshop tematici: Turismo Sociale, Incentive e Congressi, Terme e Benessere e Incoming.</p>	<p>L'azione è stata effettuata con la compartecipazione delle APT. Stand 100 mt. 10 partecipanti tra Apt e operatori. Organizzato cronier ospitalità, incontro con giocatori Napoli e incontro con i cral.</p>
	<p>TTG</p>	<p>TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia. 54° edizioni nel 2017 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.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Il Trentino ha partecipato all'evento B2B con un'area dedicata di 100 mq in compartecipazione con 15 operatori dell'offerta trentina.</p>
	<p>ISTM</p>	<p>Partecipazione al workshop International Ski Travel Market, workshop itinerante che nel 2017 si è tenuto a Cortina.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in compartecipazione con le Apt.</p>
<p><b>B2C</b> <b>Mondo</b></p>	<p>Trentino Bike</p>	<p>Partecipazione eventi di settore: London Bike Show (febbraio) Bike Festival Garda Trentino (aprile-maggio) Bike Festival Willingen (Maggio) Eurobike (settembre)</p>	<p>Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le apt e consorzi. Al Bike Festival Garda Trentino presenza con stand unico Trentino e Garda.</p>
	<p>Fiera Vakantiebeurs - Utrecht</p>	<p>Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht (gennaio) rivolta a trade e pubblico.</p>	<p>L'azione è stata effettuata con la compartecipazione delle APT.</p>
	<p>Promocommerciali NL</p>	<p>Estate: allegati a riviste tematiche e web marketing.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le apt e consorzi.</p>

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>B2C Mondo</b>	Fiere GAS B2C Mondo	Compartecipazione alle fiere CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg, T&C Lipsia.	L'azione è stata effettuata.
	Club di Mercato	Per agevolare l'internazionalizzazione delle strutture ricettive si attiverà un club di mercato che prevederà il coinvolgimento di circa 40/50 strutture nell'ambito montano disposte ad investire e a seguire un percorso di avvicinamento al mercato e alle tecniche di commercializzazione. Questa attività per il momento è prevista principalmente per i mercati di lingua tedesca e per la promozione del prodotto estivo. Il percorso si avvarrà della collaborazione di soggetti esterni qualificati.	L'azione è stata iniziata e proseguirà per il biennio 2019/2020. Hanno aderito circa 10 Apt e 45 strutture.
	Distribuzione prodotto B2C Italia/Mondo	Distribuzione prodotto: - azione con Trivago/Myhotelshop - diffusione di TrustYou - attività Feratel/Tbooking	Trivago/Myhotelshop: L'azione è stata effettuata con la compartecipazione delle 9 APT coinvolte.  TrustYou: 11 Apt hanno aderito al progetto acquistando widget per il loro sito. Per l'acquisto di Professional Gold/strumento per le strutture, sono stati organizzati webinar informativi (tutt'ora in corso) e l'offerta scontata del 70% è stata protratta fino al 30.06.2018. La diffusione del widget col punteggio TrustYou sui siti delle strutture è tutt'ora in corso e stiamo adottando strumenti per valutare mensilmente % di diffusione.  Feratel: Accordo Quadro in fase di conclusione, apertura sistema ad Agenzie di Viaggio, nuove attivazioni da parte di X Apt del modulo Pacchetti Apt-intermediati. Airbnb interfacciato con Feratel e Booking.com in fase di conclusione. Analisi livello di digitalizzazione delle strutture Apt in corso.
	Altre fiere B2C NL	Velofolies (gennaio) Fiets en Wandelbeurs – Amsterdam (feb) Bergsportsdag NKBV (marzo), vacanza attiva	Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le apt e consorzi.
	Varie B2C	Attività connesse all'apertura della Sala dedicata al Trentino presso il Museo Giovanni Paolo II di Cracovia di prossima apertura: collaborazione con la ditta KG Polonia sp.zo.o in relazione all'esigenza ravvisata 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 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.	L'azione è stata realizzata. Attività di supporto e coordinamento relative ai lavori di allestimento della Sala Trentino su richiesta della PAT. La ditta KG Polonia sp.zo.o ha prodotto relazione sull'attività svolta.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>B2C Italia</b>	Skipass	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 200 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 coinvolgimento diretto del pubblico.
	Meeting Rimini	Il Meeting di Rimini, (20 -26 agosto) quest'anno alla sua 38esima edizione e si è presentato con il tema "Quello che tu erediti dai tuoi padri, riguadagnatelo, per possederlo". E' da sempre 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. Il Trentino ha deciso di essere presente con uno stand a tema invernale contando sulla collaborazione di Skirama e Dolomiti Superski e con attenzione alla tematica della famiglia in collaborazione con i servizi della PAT.	L'azione è stata effettuata. Realizzazione stand 200 mt con angolo ospitalità aperto al pubblico e simulatore di sci. Si è dato seguito alle indicazioni PAT attraverso stipula dei relativi contratti con riferimento alle specifiche indicazioni del Dipartimento Turismo e Promozione.
<b>Partnership Mondo</b>	ADAC Trentino	Co-marketing ADAC: evento Adac Trentino Classic a Molveno dal 18 al 22 settembre.	L'azione è stata effettuata con successo ed in sinergia con il territorio. Hanno partecipato oltre 110 veicoli storici per circa 220 persone.
	SportScheck	Co-marketing SportScheck: Premiun Partner nella campagna Outdoor: vetrine, presenza nei punti vendita, newsletter (600.000 iscritti) e mailing specifici, redazionali nel web e presenza nei canali social, 1 concorso a premi on line, pagine promozionali nei cataloghi (1,3 mio ), evento Outdoor Festival a Molveno, test di prodotto bike e trekking sul territorio.	L'azione è stata effettuata con il supporto di Comunico (soggetto incaricato da Sportscheck per seguire la partnership) secondo quanto prevesto; in particolare riguardo gli eventi si segnala: - Il Festival di Molveno (29 giugno - 2 luglio) è stata l'edizione con il maggior numero di partecipanti e sponsor tecnici di sempre.
	Partnership - DSLV (Ass. Maestri Sci) - DAV	Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): realizzazione di eventi in loco (seminari), collaborazione con le scuole di sci, veicolazione del marchio Trentino. Azioni di PR. Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMSI.  Collaborazione con DAV (CAI tedesco): test di prodotto bike e trekking, collaborazione con la sezione viaggi, promozione nei simposi/eventi.	La partnership con DSLV è stata realizzata parzialmente causa mancanza di neve. Positivo coinvolgimento dell'Associazione Maestri di Sci AMSI.  La collaborazione con DAV è stata realizzata nelle presenze ai loro eventi, come test di prodotto e come sviluppo prodotto ed inserimento di nuove destinazioni all'interno del loro catalogo.
	SITN	Co-marketing con l'associazione di Maestri di Sci SITN: newsletter, banner, redazionali, ecc. Coinvolgimento dell'Associazione Mestri di Sci AMSI.	L'azione è stata effettuata. Comarketing con SITN e azioni collaterali, compresa la collaborazione con AMST.
Salewa	Co-marketing con la realizzazione di eventi Get Vertical a San Martino di Castrozza a marzo per le attività invernali (free riding) e a luglio per le attività estive (vie ferrate). Distribuzione materiale trentino all'interno degli store europei (Germania, Austria, Svizzera, Polonia e Rep. Ceca). Realizzazione di materiale foto e video per attività promozionali.	L'azione è stata effettuata.	

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p><b>Partnership Mondo</b></p>	<p>Associazioni varie</p>	<p>Realizzazione Festival dell'Alpinismo a Praga in collaborazione con il CAI ceco.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p>
	<p>Partnership Piaggio</p>	<p>Partnership con Piaggio. In ottobre 2017 realizzazione foto e video con i piloti Aprilia in Trentino per campagna promozionale estate 2018 ed in novembre partecipazione con piccolo corner Trentino alla fiera EICMA di Milano nello stand Piaggio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in conformità a quanto indicato nell'art. 7 comma 4 della Convenzione.</p>
<p><b>Partnership Italia</b></p>	<p>Partnership Italia</p>	<p>Comarketing per avvicinare utenti Erickson al Trentino.</p> <p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno attività di Tour Operating con Sport Promotion per la veicolazione dei "Camp Multisport" 6 - 18 anni in Italia.</p> <p>Compartecipazione/sostegno alle attività on/off line del Trentino Mice Convention Bureau e supporto alla formazione dedicata agli operatori del settore.</p>	<p>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 alla "Qualità dell'inclusione scolastica" (7000 insegnanti).</p> <p>Lo spazio (4x2m): distribuiti materiali promozionali a scopo di promozione e contatti con i congressisti; pubblicazione del logo "Trentino" sul materiale informativo e su quello istituzionale edito per la promozione del convegno "Qualità dell'inclusione scolastica" 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 "Qualità dell'inclusione scolastica".</p> <p>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).</p> <p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: l'azione è stata effettuata. Partecipazione alla serata di presentazione delle attività alla stampa ed ai maggiori circoli sportivi/influencer di Milano ed Hinterland (a febbraio).</p> <p>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 Promotions e inserite sui siti di GazzettaSummerCamp, Sports Promotion e Sport&amp;School. Presenza del logo Trentino sui siti dedicati GazzettaSummerCamp, Sports Promotions, Sport&amp;School e Sport and Holidays.</p> <p>Compartecipazione/sostegno alle attività on/off line del Trentino Mice Convention Bureau e supporto alla formazione dedicata agli operatori del settore: l'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel dettaglio, è stato implementato il numero di strutture e servizi (ad oggi abbiamo 134 location e 16 servizi congressuali; da gennaio 2017 sono state evase 95 richieste di preventivo di cui sono stati confermati 8 eventi, 21 richieste sono ancora in lavorazione e le restanti 66 non sono andate a buon fine; partecipazione a 4 eventi settore; gestione ed aggiornamento del portale trentinocb.it; attività di web marketing; inizio progettazione di prodotto Incentive in collaborazione con agenzia Events In &amp; Out.</p>

06

# Assistenti di Direzione



UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Assistenti di Direzione</b>	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 personalizzati sono stati acquistati e distribuiti ai vari uffici secondo le necessità sono stati i seguenti: shopper tessuto non tessuto 4 colori, chiavette USB, borse di carta.
	Partnership istituzionali	Attività di promozione e visibilità in occasione di eventi e/o iniziative in grado di contribuire alla promozione e comunicazione dell'immagine e delle offerte del Trentino, nonché alla valorizzazione del territorio. Le proposte sono state valutate in collaborazione con l'Ufficio Image & branding.	La azione è stata effettuata. Sono state attivate le partnership richieste in conformità alle indicazioni della Provincia come previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione tra la Provincia e Trentino Sviluppo.
	Comunicazione interna	Per la promozione e valorizzazione delle attività realizzate da TM sul territorio provinciale si prevede di presidiare in modo continuativo e attento la comunicazione aziendale diffondendo le progettualità e le iniziative verso i media e gli stakeholders locali utilizzando diverse strategie: a) Pianificazione mirata sui media locali (giornali/TV/radio/web) di publiredazionali e spazi advertising. b) Organizzazione, in collaborazione con l'ufficio Media & PR, di conferenze stampa locali e supporto a soggetti territoriali e alla PAT nella realizzazione di altre conferenze stampa. c) Aggiornamento dei contenuti e immagini del sito corporate aziendale (www.trentinomarketing.org) d) Costituzione di un gruppo facebook denominato "Trentino Marketing News-room" che coinvolga stakeholders selezionati, per veicolare settimanalmente in modo diretto e informale contenuti esclusivi da parte dell'AU. e) Creazione di "Trentino Review", piattaforma dedicata alla consultazione interna di una selezione di articoli stampa/web locale e nazionale originati non solo dalla nostra attività, ma anche da quella del territorio o di altri soggetti esterni che con nuove idee/proposte/progetti stimolano la nostra creatività. f) Organizzazione di Conferenze Marketing Territoriale e Tavolo Direttori, curando maggiormente la predisposizione dell'ordine del giorno, le presentazioni da proiettare, l'attività di segreteria, la stesura verbali e le relazioni con i presidenti/direttori APT. g) Organizzazione di incontri mensili informali di reciproco confronto per presentare e condividere progetti, esperienze e testimonianze raccolte durante l'attività di promozione e marketing TM.	La azione è stata effettuata tramite le seguenti iniziative: a) 10 publiredazionali su Turismo&Ospitalità (ASAT), 3 su Trentino Mese, 9 su Trentino TV e 8 su RTTR/RTT la radio; 1 spazio banner annuale su l'Adigetto.it; 1 pagina advertising su Magazine Ciclismo (inserto dell'Adige); una collaborazione con la trasmissione Tv Fiammiferi consistente in spot e definizione di tematiche strategiche per TM all'interno di ciascuna delle puntate del 2017. b) Sono state organizzate 12 Conferenze direttamente da TM e 5 a supporto. c) Sono stati aggiornati testi e foto delle varie sezioni del sito. d) Da fine maggio a dicembre sono stati inviati 22 lanci sul Gruppo. e) Nel corso dell'anno sono stati inseriti nella piattaforma circa 4000 articoli selezionati stampa/web. f) Sono state organizzate 3 Conferenza stampa Presidenti e 8 Tavoli Direttori. g) Sono stati organizzati 7 incontri.

UFFICIO	PROGETTO	AZIONI	RENDICONTAZIONE
<b>Assistenti di Direzione</b>	Attività varie	<p>a) E' necessario attivare una consulenza per effettuare attività di completamento, analisi e organizzazione del sistema digital.</p> <p>b) All'interno di un progetto di divulgazione dell'immagine del Trentino si rende opportuno stipulare con Vist, titolare dell'omonimo marchio di abbigliamento e attrezzatura per lo sci, un accordo di collaborazione promozionale che preveda la comunicazione Trentino/Vist mediante l'uso in maniera abbinata dei rispettivi marchi su materiale Vist.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'uso di materiale a doppio marchio che Trentino farà indossare ai propri dipendenti in occasione di incontri con la stampa, tv, e iniziative di relazioni pubbliche con media o altri decision maker di settore.</li> <li>- l'utilizzo del materiale Vist da parte di testimonial e/o modelli/e per servizi fotografici e/o registrazioni di immagini promozionali del Trentino.</li> </ul>	<p>a) L'azione è stata effettuata, la consulenza per il completamente analisi e organizzazione del sistema digital è stata attivata con la società Eupragma.</p> <p>b) L'azione è stata effettuata per la parte di competenza dell'anno 2017.</p>
	New Tale	<p>E' da attivare il progetto - denominato NEW TALE - a seguito di convenzione triennale con il MUSE per lo sviluppo di programma di studio, comunicazione e sensibilizzazione per un nuovo racconto del Trentino.</p> <p>Il programma annuale prevede: una fase di ricerca e studio, la realizzazione di un evento annuale sul tema, lo sviluppo di azioni di sensibilizzazione presso i collaboratori del sistema turistico.</p>	<p>L'azione - in tutte le fasi previste - è stata effettuata: in particolare, come ricerca, si è commissionato un reattivo a 1.597 contatti di lingua italiana, 312 di lingua tedesca e 127 di lingua inglese. Si è realizzato l'evento "Il concilio dell'ambiente-Environmental Journalism" al Muse, diretto ai giornalisti locali. Infine, si sono svolte due giornate di formazione, a titolo sperimentale, in Val di Fiemme.</p>
<b>Assistenti di Direzione + Marchio territoriale e Marchio di qualità</b>	Strutture per eventi e fiere	Per promuovere il Trentino a fiere ed eventi istituzionali si procede con il riammodernamento delle strutture.	L'azione è stata effettuata.

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

Sezione marketing | Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2017

Trento, 23 febbraio 2018

Firma

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. Marino', is written over the word 'Firma'.

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

Bilancio al 31/12/2017

<b>Stato patrimoniale attivo</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2016</b>
<b>A) Crediti verso PAT per fondi impegnati</b>	<b>39.294.579</b>	<b>30.526.415</b>
<i>di cui crediti verso PAT per fondi futuri</i>	<i>39.245.421</i>	<i>30.526.415</i>
<b>B) Immobilizzazioni</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C) Attivo circolante</b>		
<i>II. Crediti</i>		
1) Verso clienti		
- entro l'esercizio	1.229.750	2.081.812
- oltre l'esercizio	0	0
	1.229.750	2.081.812
5) Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti		
- entro l'esercizio	127.742	537.009
- oltre l'esercizio	0	0
	127.742	537.009
5 quater) Verso altri		
- entro l'esercizio	6.400.000	9.000.044
- oltre l'esercizio	0	0
	6.400.000	9.000.044
	7.757.492	11.618.865
<i>IV. Disponibilità liquide</i>		
1) Depositi bancari e postali	1.382.065	645.398
	1.382.065	645.398
<b>Totale attivo circolante</b>	<b>9.139.557</b>	<b>12.264.263</b>
<b>D) Ratei e risconti</b>	<b>58.800</b>	<b>181.946</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>48.492.936</b>	<b>42.972.624</b>

<b>Stato patrimoniale passivo</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2016</b>
<b>A) Patrimonio netto</b>		
I. Fondo marketing - art. 33 L.P. 6/1999	149.382.857	119.794.081
VIII. Oneri di gestione esercizi precedenti	(90.873.293)	(69.999.455)
IX. Oneri di gestione dell'esercizio	(23.120.754)	(20.873.839)
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>35.388.810</b>	<b>28.920.787</b>
<b>B) Fondi per rischi e oneri</b>		
	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato</b>		
	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>D) Debiti</b>		
<i>6) Acconti</i>		
- entro l'esercizio	2.400	0
- oltre l'esercizio	0	0
	<u>2.400</u>	<u>0</u>
<i>7) Verso fornitori</i>		
- entro l'esercizio	8.090.780	9.957.094
- oltre l'esercizio	0	0
	<u>8.090.780</u>	<u>9.957.094</u>
<i>11 bis Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti</i>		
- entro l'esercizio	4.371.831	4.057.448
- oltre l'esercizio	0	0
	<u>4.371.831</u>	<u>4.057.448</u>
<i>12) Tributari</i>		
- entro l'esercizio	628.325	53
- oltre l'esercizio	0	0
	<u>628.325</u>	<u>53</u>
<i>14) Altri debiti</i>		
- entro l'esercizio	10.358	4.534
- oltre l'esercizio	0	0
	<u>10.358</u>	<u>4.534</u>
<b>Totale debiti</b>	<b>13.103.694</b>	<b>14.019.129</b>
<b>E) Ratei e risconti</b>		
	<b>432</b>	<b>32.708</b>
<b>Totale passivo</b>	<b>48.492.936</b>	<b>42.972.624</b>

<b>Conto economico</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2016</b>
<b>A) Valore della produzione</b>		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.037.690	2.615.192
5) <i>Altri ricavi e proventi</i>		
a) Vari	28.456	35.875
	28.456	35.875
<b>Totale valore della produzione</b>	<b>2.066.146</b>	<b>2.651.067</b>
<b>B) Costi della produzione</b>		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	1.143.745	1.144.456
7) Per servizi	23.902.654	22.091.093
8) Per godimento di beni di terzi	71.203	66.877
10) <i>Ammortamenti e svalutazioni</i>		
b) Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	0	8.096
	0	8.096
14) Oneri diversi di gestione	65.374	112.073
<b>Totale costi della produzione</b>	<b>25.182.976</b>	<b>23.422.595</b>
<b>Differenza tra valore e costi di produzione (A-B)</b>	<b>(23.116.830)</b>	<b>(20.771.528)</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>		
16) <i>Altri proventi finanziari</i>		
d) Proventi diversi dai precedenti altri	14	393
	14	393
17) <i>Interessi e altri oneri finanziari</i>		
altri	6.792	109.386
	6.792	109.386
17 bis) Utili e perdite su cambi	2.854	6.682
<b>Totale proventi e oneri finanziari</b>	<b>(3.924)</b>	<b>(102.311)</b>
<b>D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>21) Avanzo (Oneri) di gestione dell'esercizio</b>	<b>(23.120.754)</b>	<b>(20.873.839)</b>

