

**ALLEGATO B**

**SEZIONE MARKETING**

**ART. 33 C. 1 lett. a-bis) L.P. 6/1999**



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

Sezione marketing | Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2023



**a**

**Conoscenza del sistema**

PAG. 3

**b**

**Brand identity territoriale**

PAG. 6



**c**

**Sviluppo prodotto e alleanze strategiche**

PAG. 10

**d**

**Digital**

PAG. 14

**e**

**Comunicazione**

PAG. 18



**f**

**Grandi eventi e progetti speciali**

PAG. 28

**g**

**Analisi e presidio dei mercati**

PAG. 32



**h**

**Sostenibilità e sviluppo territoriale**

PAG. 37

**i**

**Sponsorizzazioni ed eventi sportivi**

PAG. 40



**j**

**Valorizzazione delle produzioni trentine**

PAG. 45



**k**

**Promozione del sistema culturale**

PAG. 49

**l**

**Sviluppo progetti interregionali**

PAG. 50

**m**

**Interventi a favore di specifici ambiti territoriali**

PAG. 51

## a) Conoscenza del sistema

### PROGETTO: Conoscenza strategica

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Definizione di nuovi parametri/indicatori di performance (collaborazioni con UNITN e ISPAT)	<p>Attività svolta e in proseguimento sul 2024.</p> <p>Ad aprile 2023 è stato realizzato un incontro con tutti i possibile partner (mondo bancario, GDO, partner istituzionali) per presentare l'obiettivo e individuare le possibile aree di collaborazione. Si è deciso di limitare in prima battuta l'analisi al mondo delle GDO (Poli, SAIT e Conad), più strutturato ed omogeneo. Il secondo semestre del 2023 è stato speso per la definizione del modello e l'analisi delle banche dati disponibili, al fine di individuare un set minimo e comune di dati. I tempi si sono allungati per porblemi di natura informatica e per la difficoltà ad individuare una soluzione capace di mediare fra le varie posizioni - spesso non convergenti - e in grado di restituire informazioni utili per il sistema. In via sperientale i primi dati raccolti sono stati messi in correlazione ad altri indicatori in possesso di Trentino Marketing, in particolare flussi rilevati da ISPAT e Vodafone e proiezioni HBenchmark, e le prospettive sembrano promettenti.</p> <p>E' stata altresì definita e strutturata una metodologia per avviare dei progetti su aree pilota finalizzati alla valutazione delle performance del turismo e le relative ricadute locali</p>
Acquisizione nuove fonti che permettano di approfondire le tematiche definite nei macroobiettivi	<p>Attività svolta e completata.</p> <p>Nel corso del 2023 sono stati chiusi degli accordi pluriennali con Vodafone Analytcs e Destination Appeal, al fine di acquisire dati relativi rispettivamente sulla pressione antropica (in grado di quantificare anche il fenomeno escursionistico) e al sentiment del Trentino (con possibilità di benchmark con un panel di competitor nazionali e internazionali). Sono stati avviati inoltre dei contatti con Master Card per investigare il tema del valore economico del turismo trentino, letto attraverso le transazioni con carte di credito. Si è deciso di lasciare in stand by questa trada e approfondire il tema introducendo nel survey post vacanza - inviato a tutti gli ospiti che hanno attiavtto la propria Guest Card tramite l'APP Mio Trentino - una domanda specifica e collaborando con ISPAT alla realizzazione dell'indagine sulla spesa.</p>
Miglioramento e messa in sicurezza Trentino Dashboard	<p>Attività svolta e in continua evoluzione .</p> <p>Nel 2023 sono state apportate delle modifiche alla strutturazione e alla visualizzazione dei dati per le varie tipologia di utenze sull'attuale piattaforma.</p> <p>Inoltre sono stati realizzati degli approfondimenti tecnici per avere un'integrazione più profonda con il mondo TGP e Kibana e individuate e sviluppate le prime attività</p>
Creazione dashboard di analisi dati del monitoraggio skibus	<p>L'attività è stata svolta ma è incontinua evoluzione (attraverso l'introduzione di nuove funzioni di ricerca).</p> <p>E' stata implementata la prima versione per l'analisi dei dati dei passaggi sugli skibus per i territori di Fiemme, Fassa e San Martino e forniti gli accessi al personale APT di riferimento e partner coinvolti. Sono stati forniti report ed è stata data restituzione ai territori dell'analisi effettuata secondo modalità diverse (incontro in CDA, incontro con il personale ApT ecc).</p>

**PROGETTO: Conoscenza strategica (segue)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Implementazione Trentino Suite Digital Hub e suo canale Telegram T-SUITE Digital Hub	<p>Attività svolta. Il portale gestito da Trentino Marketing è nato nel 2020 con l'intenzione di offrire informazioni utili, materiale gratuito e servizi specifici a tutti gli operatori turistici pubblici e privati del Trentino, con la convinzione che fare squadra sia fondamentale per incanalare energie e garantire una politica di sistema efficace. Attività realizzate nel 2023:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-gestione, manutenzione e ottimizzazione dei contenuti già esistenti</li> <li>-integrazione di nuovi contenuti come le sezioni: Sostenibilità &amp; Gestione Responsabile / Orso&amp;Lupo: FAQ e comportamenti corretti</li> <li>-integrazione di nuovi contenuti all'interno di sezioni già esistenti come: Evento streaming Mio Trentino App / Tools&amp;Utilities TGP / USA, Canada e altri mercati</li> <li>-attività di correzione e miglioramento "user experience"</li> <li>-integrazione materiali di supporto: Calendario Vacanze / Brochure sfogliabile / Infografiche Prudenza in Montagna / Fly Ski Shuttle / Materiali di comunicazione Mio Trentino App / ecc.</li> <li>-integrazione di news periodiche per: Mercati di riferimento / Nuovi Trend / Piattaforme Online: OTA e altre</li> <li>-gestione canale Telegram ufficiale</li> <li>-pubblicazione post Telegram per un tot. di 160</li> </ul>
Creazione dashboard e analisi dati da fonti specifiche su progetto Carrying capacity (Molveno e Tenno)	<p>Attività svolta e conclusa.</p> <p>Per valutare la carrying capacity sono stati installati dei sistemi per quantificare il traffico automobilistico e l'accesso agli hotspot. In Dashboard è stata realizzata una sezione specifica dove è stata data visibilità a tali informazioni. Sono stati forniti gli accessi al personale APT di riferimento e i dati condivisi con i partner coinvolti</p>
Analisi dati di accesso impianti di risalita	<p>Attività avviata e in continua evoluzione. In collaborazione con l'Ufficio Data Compliance sono state mappate e analizzate le fonti dati presenti in Dashboard e formalizzati i diversi profili di accesso. È stato sottoscritto un accordo di riservatezza con i consorzi impianti per la raccolta e la condivisione dei dati dei primi ingressi.</p>

**PROGETTO: Analisi e monitoraggio mercati**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Monitoraggio situazione mercati tramite contatti con Tour Operator (anche tramite Apt)	<p>Proseguita l'azione di monitoraggio con compagnie aeree, aeroporti, Enit, istituzioni e partner al fine di analizzare la situazione nei Paesi di origine.</p> <p>Contatti con SAVE (aeroporti di Venezia e Verona), compagnie di trasporto aereo, bus e treni.</p> <p>Contatti con OTA principali (booking.com, expedia, airbnb).</p> <p>Monitoraggio mercati: ricevuti, processati e pubblicati tramite Suite quasi 100 report per monitoraggio di Germania, Asutria, Svizzera, Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia, UK, Irlanda, Paesi Bassi, Belgio, Russia e Paesi Baltici.</p>
<p>HUB Travel Trade.</p> <p>Si tratta di un vero e proprio "portale" totalmente in lingua inglese dove tour operator, agenzie di viaggio, travel advisor, OTA, possono trovare informazioni adeguate per progettare e pianificare proposte turistiche in Trentino.</p>	<p>La sezione, curata dal Team Travel Trade di Trentino Marketing, con il supporto delle APT del territorio, si presenta oggi ricca di novità e di contenuti pensati per accompagnare gli operatori del turismo internazionale nella creazione di pacchetti e proposte da offrire ai propri clienti. Il portale ha l'obiettivo di tenere sempre aggiornato il mondo del travel trade riguardo a nuove procedure, regolamenti, novità e di dare informazioni sugli appuntamenti trade internazionali dove è possibile incontrare Trentino Marketing, le Apt e gli operatori del territorio.</p> <p>Contenuto: Trentino at a glance, esperienze ed itinerari, fornitori locali. novità della stagione in corso, elenco strutture, Trentino trade kit, eventi, fiere, workshop e info per fam trip personalizzati.</p>

**PROGETTO: Analisi e monitoraggio mercati (segue)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>TRENTINO SUITE Digital Hub.</p> <p>Una sezione che offre contenuti, linee guida e strumenti utili per gli operatori del territorio (approfondimenti commerciali, proposte formative ), una sezione che offre una panoramica sulla situazione socio-economica, politica e turistica dei maggiori mercati stranieri.</p>	<p>L'attività è stata effettuata.</p> <p>Pubblicazione di 1 report mensile di aggiornamento sui principali Paesi target (Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia, Paesi CSI e Balrici, Paesi Bassi, Belgio, UK, Irlanda).</p> <p>Il canale Telegram TSuite ha raggiunto più di 771 iscritti.</p>

## b) Brand Identity territoriale

### PROGETTO: Editoria

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>A seguito di una mappatura relativa ai prodotti editoriali presenti sul territorio trentino e alle esigenze di comunicazione più rilevanti, a fianco dei tradizionali materiali istituzionali (brochure istituzionale, cartine, etc.) si studiano materiali che possano rappresentare in maniera trasversale alcune delle principali motivazioni di vacanza e una serie di prodotti editoriali specifici (stampa, tour operator, altri interlocutori).</p>	<p>l'azione è stata effettuata con lo sviluppo di una serie di materiali editoriali declinati nelle varie verticalità e funzionali alle attività fieristiche e di comunicazione previste dal piano sia per quel che riguarda la parte di brand sia la parte più informativa.</p>

### PROGETTO: Archivio fotografico e video

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<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 contraddistinti dalla varietà dei temi, dall'attualità e dalla qualità delle immagini. In un settore dove la comunicazione è prevalentemente basata sull'immagine, questo è un campo su cui investire di più e con maggiore convinzione. Su questo fronte prosegue, quindi, la collaborazione con le ApT d'ambito con le quali, oltre a strutturare interventi di produzione contenuti sempre più condivisi e mirati, si intende proseguire nel progetto di Cloud Multimediale territoriale che, attraverso l'uso di piattaforme sempre più performanti e attuali, ci permetterà di costituire e mantenere un archivio multimediale condiviso, facilmente fruibile e integrato con tutte le piattaforme di sistema.</p>	<p>Al fine di allineare tutti i contenuti prodotti alla luce del ragionamento fatto con con il nuovo approccio alle campagne (e che dovrà confluire nel brand book) sono stati selezionati professionisti legati al mondo della fotografia e della produzione video che possano lavorare in coerenza, producendo contenuti volti ad arricchire l'archivio attraverso questo nuovo linguaggio visivo, coerentemente con i canali su cui si andranno ad utilizzare tali materiali. E' inoltre giunto a conclusione il lavoro di sviluppo e implementazione della nuova piattaforma di archiviazione territoriale dei contenuti foto e video basata su Adobe e che sarà in uso a partire dal 2024 grazie ad un lavoro di alimentazione massiccia che ci vedrà impegnati nei primi mesi dell'anno.</p>

### PROGETTO: Brand identity territoriale

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Proseguirà il progetto relativo alla costruzione 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. Di pari passo, sarà ulteriormente ottimizzata la progettualità sulle card territoriali e sulla presenza del marchio in punti e strumenti strategici per il territorio (bicigrill, wifi, recharger, app, ecc.), con l'obiettivo di presidiare tutti i possibili touch point del Trentino.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Anche sulla parte inerente il branding si sono realizzati, in autonomia o in collaborazione con la Provincia, in conformità a quanto indicato dall'art. 7 comma 4 della Convenzione, una serie di brandizzazioni o strumenti di comunicazione aventi l'obiettivo di rafforzare la notorietà del brand dentro e fuori il territorio Trentino. Nello specifico si sono inoltre realizzati aggiornamenti e ristampe di materiali editoriali istituzionali e tematici, video istituzionali e tematici per la comunicazione istituzionale della Pat, di un nuovo progetto di segnaletica coordinata e coerente con il brand legato alle piste ciclabili del Trentino e ai centri del fondo per la parte invernale.</p>



**PROGETTO: Partnership Montura**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>La partnership con Montura si concentrerà su due grandi temi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- I Suoni delle Dolomiti. Prosegue la collaborazione con Montura su questo festival con l'idea di rinsaldare ulteriormente il legame con la montagna e i suoi valori. Per farlo, si immagina un coinvolgimento sempre maggiore di personaggi (scrittori, scalatori o alpinisti) che permettano di creare sinergie tra musica e montagna, rafforzando lo spirito culturale del festival anche e soprattutto a livello internazionale;</li> <li>- Sentiero della Pace. Tra i progetti di comunicazione proposti da Montura c'è quello del rilancio del Sentiero della Pace, da fare attraverso e con la collaborazione di un collettivo (Và Sentiero) che negli ultimi anni si è dedicato al racconto e alla promozione attraverso un format ben congegnato, di cammini e sentieri di lunga percorrenza. L'obiettivo è da un lato di ridare visibilità a un percorso ricco di storia e di stimoli che attraversa tutto il territorio trentino e dall'altro di raccogliere materiale multimediale utile alla promozione dello stesso attraverso i nostri canali, quelli di Montura o di tutte le ApT sui cui territori il sentiero transita.</li> </ul>	<p>I Suoni delle Dolomiti. Si è conclusa fattivamente la collaborazione con Montura su questo festival con l'idea di rinsaldarne ulteriormente il legame con la montagna e i suoi valori. Per farlo si è lavorato attraverso un coinvolgimento sempre maggiore di personaggi o artisti che permettano di creare sempre maggiori sinergie tra musica e montagna, rafforzando lo spirito culturale del festival anche e soprattutto a livello internazionale.</p> <p>Sentiero della Pace. Tra i progetti di comunicazione sviluppati assieme a Montura c'è quello del rilancio del Sentiero della Pace, che per il 23 si è sviluppato attraverso la collaborazione con il collettivo Và Sentiero e che ha visto la mappatura completa del sentiero sia per la parte di tracciatura gps sia per quella di documentazione testuale e fotografica.</p>

**PROGETTO: National Geographic**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Assieme al team Social Media &amp; Influencer Marketing e al team Media&amp;Pr, si intende andare a sviluppare un progetto editoriale che, grazie al coinvolgimento di grandi professionisti della fotografia e del video e in partnership con FujiFilm, preveda la produzione di contenuti destinati ai canali offline e online di questo editore (cartacei, digitali e televisivi), permettendo così di costruire un progetto di comunicazione che possa poi diventare anche una mostra itinerante.</p>	<p>il progetto, che si era strutturato come progetto interteam, non è stato sviluppato per la parte di produzione contenuti foto e video essendosi limitato alla produzione editoriale.</p>

**PROGETTO: Parchi**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Assieme ai tre parchi naturali presenti in Trentino, e con il supporto tecnico di Fuji, verrà realizzato un progetto di documentazione fotografica e video avente come oggetto natura, fauna e flora. Oltre a produrre contenuti di qualità da poter poi veicolare sulle varie piattaforme, si potranno sviluppare temi e racconti sempre più vicini al mondo della sostenibilità e dell'ambiente, come valori distintivi del posizionamento.</p>	<p>Il progetto, che prevedeva anche il coinvolgimento dei tre parchi come parte integrante dello stesso, non è stato portato a termine per quest'anno ma per questioni tecniche e organizzative è stato spostato al 2024.</p>

**PROGETTO: Partnership Aeroporto Valerio Catullo**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si conferma l'impegno che il Trentino (la Provincia autonoma di Trento) ha avviato attraverso un'importante partnership con l'Aeroporto Valerio Catullo, tesa alla valorizzazione del nostro territorio nei confronti dei milioni di passeggeri in arrivo in questo importante scalo.</p>	<p>Si conferma portato a termine anche quest'anno l'impegno che il Trentino (la Provincia autonoma di Trento) ha avviato attraverso una importante partnership con l'Aeroporto Valerio Catullo, tesa alla valorizzazione del nostro territorio nei confronti dei milioni di passeggeri in arrivo in questo importante scalo, anche in avvicinamento dell'appuntamento Olimpico del 2026. Anche per quest'anno si è infatti lavorato sulla vestizione, attraverso cambi stagionali, degli spazi a disposizione con l'obiettivo di creare un racconto strutturato e immersivo della destinazione.</p>

**PROGETTO: Stand e attrezzature espositive**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Attività di gestione e mantenimento delle strutture espositive a disposizione per soddisfare le esigenze di promozione del territorio nelle varie manifestazioni di interesse per la promozione territoriale.</p>	<p>L'attività è stata eseguita. Con il supporto del Servizio Ripristino della Provincia sono state costantemente realizzate le operazioni di manutenzione ordinaria delle varie strutture espositive che si rendono necessarie a seguito del loro intenso utilizzo. Nel corso del 2023 sono stati realizzati alcuni moduli di minipavillion per i festival che si svolgono nella città di Trento e dei totem in acciaio per identificare le location dei festival.</p>

**PROGETTO: Sviluppo marca**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le attività 2023 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. Nel corso dell'anno si è raggiunto il numero di 780 licenze d'uso per il marchio territoriale Trentino e di 28 licenze d'uso per il marchio Qualità Trentino. E' peraltro proseguita nel corso dell'anno l'attività di monitoraggio e consulenza all'uso del marchio Trentino, con particolare riferimento all'applicazione dello stesso sui materiali di comunicazione dei concessionari. Di norma vengono evase settimanalmente dalle 25 alle 30 richieste di informazioni sull'uso del marchio o di vere e proprie consulenze tecniche.</p>

**PROGETTO: Segreteria gadget**

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

**PROGETTO: Attività varie**

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

## c) Sviluppo prodotto e alleanze strategiche

### PROGETTO: ATA Garda

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Nuovo modello organizzativo dell'esperienza di vacanza al Lago di Tenno (fase 2)	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>Nel 2023 sono state portate avanti le seguenti attività di approfondimento che vanno ad integrare il progetto complessivo: a) Analisi di soddisfazione della clientela effettuata tramite interviste a circa 500 ospiti nel periodo luglio/settembre e definizione della capacità di carico curata dalla prof.ssa Tokarchuk del dipartimento di Economia di Università di Trento;</p> <p>b) mappatura dell'accessibilità relativa ai percorsi e agli hotspot individuati in accordo con l'amministrazione comunale, curata da Handicrea;</p> <p>c) indagine sull'offerta enogastronomica condotta dall'Ufficio Promozione della Camera di Commercio che ha intervistato tutti gli operatori del comparto e altri stakeholder del territorio;</p> <p>d) definizione di un piano di monitoraggio per la Riserva Locale curato dallo studio PAN di Luca Bronzini;</p> <p>e) in merito all'Outdoor Design, abbiamo coinvolto per un parere il Comitato Provinciale per la Cultura Architettonica e del Paesaggio che ha sostanzialmente confermato quanto ipotizzato nella fase 1.</p>
Studio di riposizionamento del sito Garda Thermae	<p>L'attività si è interrotta dopo la fase 1 poiché la proprietà delle Thermae ha deciso di mettere in vendita la struttura. La fase 1 è stata correttamente portata a termine e ha portato alla restituzione di uno studio di riposizionamento strategico attraverso l'individuazione, dopo una fase di attenta analisi e benchmarking, di un nuovo profilo cliente (da centro wellness a performance centre per sportivi). La fase 2 che avrebbe dovuto portare ad un calcolo della redditività del nuovo modello proposto è stata, come detto, interrotta a causa della decisione presa dalla proprietà di non proseguire con l'attività. In tutte le fasi si è proceduto in stretta sinergia con il Comune di Arco proprietario dei terreni adiacenti le Thermae.</p>
Studio di fattibilità per Brentonico/Garda Trail Park	<p>L'attività è stata svolta.</p> <p>Lo studio ha confermato la validità dell'idea nata dall'esigenza di ApT Garda di ampliare il proprio prodotto bike in quota, dal bisogno di Brentonico Ski di accrescere la fruizione estiva dei propri impianti di risalita e dalla volontà espressa da ApT Rovereto Vallagarina e dal Comune di Brentonico di favorire lo sviluppo di un nuovo segmento biker "sostenibile e rispettoso del territorio" sull'altopiano.</p> <p>E' stata quindi affidata ad Allegra Tourismus la fase di progettazione dei trail, della skill area e dei collegamenti con il Garda. La stessa azienda si è occupata del calcolo del ROI, Return On Investment e dell'organizzazione di momenti di confronto con tutti gli stakeholder territoriali, utile per creare maggior consenso intorno all'infrastruttura.</p>
Progetto di analisi e valorizzazione del prodotto enogastronomico con focus sul prodotto "olio"	<p>In fase di completamento.</p> <p>Il progetto si è sviluppato su tre fronti: 1) la realizzazione di un TOOLKIT per la formazione/sensibilizzazione di ristoratori e personale di sala alla conoscenza e al corretto utilizzo e racconto dei prodotti locali per l'incentivazione al consumo da parte dei clienti; 2) la creazione di un CAMMINO DELL'ULIVO e della CARTA DELL'OLIO per valorizzare le caratteristiche peculiari dell'olio trentino; 3) un'attività di coaching per gli organizzatori degli eventi ENOGASTRONOMICI e l'elaborazione di LINEE GUIDA che li aiutino a migliorare, diventando delle vere e proprie motivazioni di vacanza.</p>

Comano terme: supporto al comparto ricettivo e ridefinizione strategia centro termale	L'attività è stata svolta. Dal percorso fatto con la supervisione di K>P è nato il club di prodotto "Aquavita hospitality club" al quale hanno aderito 17 operatori dell'alberghiero ed extra-alberghiero della zona di Comano, che sta definendo una strategia di prodotto comune, in accordo e stretta collaborazione con le Terme. Parallelamente, è stato affidato a DINNI, l'incarico per la ridefinizione della customer experience ed il restyling del brand delle Terme di Comano.
Piano di fattibilità per Alto Garda Golf su sito individuato a Nago	E' stato affidato all'arch. Luca Borzaga di Ananua Golf lo studio di fattibilità, per capire se la presenza delle vestigia della Grande Guerra rilevate in modo dettagliato dalla Soprintendenza e di cui alla relazione tecnica del Museo Storico della Guerra di Rovereto, è compatibile con la progettazione dell'infrastruttura.

### PROGETTO: ATA Città, laghi e altipiani

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Accompagnamento certificazione G.S.T.C. per DMO (Trento, Rovereto e Folgaria) e per gruppo strutture ricettive	E' stato affidato alla società ETIFOR incarico per servizio di accompagnamento alle DMO Trento Rovereto e Alpe cimbra, definendo ruoli e tempistiche utili alla raccolta di evidenze per la certificazione GSTC. Inoltre ETIFOR ha realizzato il manuale per la costituzione del gruppo di strutture ricettive certificate accompagnando 5 strutture di APT Valsugana alla prima certificazione di gruppo.
Turismo delle radici, partecipazione al bando ministeriale e avvio azioni di promo-commercializzazione	L'attività ha previsto la partecipazione al bando ministeriale delle idee per la costituzione di una ETS che sul territorio potesse farsi carico dello sviluppo prodotto specifico per il turista delle radici. Il bando non è stato vinto ma si è portato avanti l'impegno, coordinando ApT-Tour Operator e altri attori culturali locali per avviare una attività di promo-commercializzazione che ha previsto anche la partecipazione alla seconda borsa del turismo delle radici - Roots-In - nel novembre 2023.
Avvio progetti di valorizzazione del turismo enologico e culturale	Nel 2023 sono stati individuati due progetti di sviluppo prodotto interambito: prodotto culturale come driver di vacanza e sviluppo dell'esperienza enoturistica. Sono stati individuati i fornitori, attraverso un confronto concorrenziale, per dare avvio ai progetti nel 2024.

### PROGETTO: ATA Dolomiti orientali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Progetto di monitoraggio servizio skibus	Il progetto di monitoraggio degli skibus è partito regolarmente il 23 dicembre con la raccolta dei dati su tutti gli skibus in circolazione. Sono stati infrastrutturati circa 45 skibus con contapersone e sono già operative le dashboard per analisi ed elaborazione dei dati. il periodo di raccolta terminerà con la chiusura degli impianti di risalita.
Progetto di valorizzazione del prodotto trekking autunnale Dolomites Ronda	Il progetto Dolomites Ronda è partito regolarmente con tutto il gruppo di lavoro coinvolto. A breve ci sarà il lancio del sito internet dedicato con possibilità di prenotazione del trekking e seguiranno tutte le iniziative promozionali dedicate e programmate. Sono in corso di verifica e scouting le nuove proposte per lanciare nel 2025 altre proposte trekking.
Avvio progetto di studio e analisi di riqualificazione del Passo Rolle (anche alla luce dell'investimento sul nuovo impianto di collegamento San martino/Rolle)	Sono stati fatti alcuni incontro di lavoro con gli stakeholder coinvolti (Comune, Parco Naturale, Demanio, APT, Pro Loco, Trentino Sviluppo) per raccogliere esigenze, aspettative e criticità dell'area. Siamo in fae di scouting di azienda o professionista a cui affidare il lavoro di supervisione dello sviluppo dell'interna area del Rolle

**PROGETTO: ATA Dolomiti di Brenta**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Hotspot Management: studi di riorganizzazione dell'esperienza di vacanza di quattro luoghi dell'ambito: Lago di Movenò, Lago dei Caprioli, Lago di Tovel e Vallesinella. Utilizzo della metodologia di calcolo della Carrying Capacity, definizione e sperimentazione servizi di mobilità sperimentale.	Nel corso dell'anno si è ragionato sul tema del limite attraverso precisi studi sulla capacità di carico, la raccolta di dati puntuali e la definizione di scenari migliorativi. La società di consulenza Terra Institute ha portato a termine lo studio sulla capacità di carico, accompagnato da una serie di raccomandazioni, per il Lago di Movenò, di Tovel e la Vallesinella. In contemporanea, per il Lago dei Caprioli la società Helios ha organizzato nel mese di luglio una sperimentazione di mobilità alternativa per raggiungere il Lago.
Sperimentazione progetti di infomobilità digitale per la zona di Campiglio e mobilità a chiamata in Val di Sole	Durante il 2023 sono state avviate due sperimentazioni per la mobilità sul territorio dell'ATA. Per la Val di Sole è stato messo a disposizione un software a supporto della mobilità a chiamata presente sul territorio, fornito da Shotl. Per l'APT di Madonna di Campiglio, con la consulenza di OpenMove è stata realizzata una web app che integra una serie di informazioni, tra cui la mobilità pubblica e privata, il tasso di occupazione dei parcheggi e i percorsi di OutdoorActive.
nuovo concept di cartografia avvicinamento accesso ai sentieri	Il progetto, gestito da Helios, intende individuare un approccio efficace per permettere ai turisti di potersi orientare, in modo autonomo, dai centri abitati ai sentieri di montagna, evitando l'utilizzo dell'auto. Per tutte le quattro APT è stata consegnata una prima proposta, per la Val di Sole il lavoro è stato definito e consegnato.
Avvio progetto di valorizzazione destinazione "Brenta" (rifugi e sentieristica trekking)	Il progetto intende sviluppare un prodotto unico e integrato per il trekking sulle Dolomiti di Brenta. Nel 2023 si è avviato il tavolo: sono stati coinvolti i gestori dei rifugi da cui sono emerse due urgenze su cui agire: la sensibilizzazione e il rafforzamento della cultura della montagna dell'ospite e l'avvio di un tavolo di lavoro sulla manutenzione dei sentieri e la loro gestione, su cui si lavorerà nel corso del 2024.

**PROGETTO: progetti trasversali ATA**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Definizione linee guida per i servizi di informazione turistica (nuovo design per spazi e procedure)	Il progetto trasversale ha voluto individuare nuove linee guida per uniformare le procedure e il design degli spazi degli uffici info in Trentino. L'attività di consulenza affidata alla società DINN! si è conclusa con un documento utile a tutte le APT per i progettare spazi e servizi.

**PROGETTO: Fishing**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Completamento sviluppo prodotto, digitalizzazione permessi e azioni di comunicazione	L'attività è stata svolta. Il progetto si è dotato di una app per la vendita online dei permessi di pesca delle associazioni aderenti al progetto. L'interfaccia più semplice ed intuitiva ha portato ad un raddoppio dei permessi venduti (quasi 3 mila per un fatturato di € 78 mila, nel 2023). E' inoltre proseguita l'attività di promozione con partecipazione alle principali fiere di settore, uscite redazionali sulle più importanti riviste italiane ed europee, ospitalità di giornalisti e to.

**PROGETTO: Ospitalità trasversali e club di prodotto**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Coordinamento cluster strutture ricettive e aumento competenze del settore. Azioni di promozione specifiche</p>	<p>L'attività è stata svolta tramite le seguenti iniziative:  Sono stati individuati e condivisi spazi e tematiche per la promozione del prodotto durante le belle stagioni e revisionati i contenuti di presentazione dei Club e Associazioni su <a href="http://visittrentino.info">visittrentino.info</a>. Mappatura delle strutture con indicazioni per migliorare la presenza online degli associati.  Trentino in moto – realizzazione e stampa di 21.000 cartine in italiano  Faita – foto-shooting autunnale che ha coinvolto 4 campeggi per la revisione e stampa brochure di 6.000 copie in tedesco.  Accordo con Hbenchmark per la piattaforma Open Air e coinvolgimento dei primi 11 campeggi per analizzare l'andamento e benchmark extra trentino. L'attività è stata svolta tramite le seguenti iniziative:  Trentino in Moto: realizzazione e stampa di 16.000 cartine multilingua.  B&amp;B: realizzazione e stampa Brochure (IT 2.500, DE 1.500, EN 500) e Flyer Multilingue 3.500. Compartecipazione al convegno con i B&amp;B di qualità dell'Abruzzo  Rifugi - integrazione Tosc5/Feratel sul sito aprile 2022. Gruppi di lavoro specifici di supporto alla vendita  Faita - survey per monitorare la conoscenza e impegno per la sostenibilità (sociale-economica-ambientale). Risposte da parte di 30 gestori di campeggi. Pianificazione attività promozionali</p>

## d) Digital

### PROGETTO: Customer care e digital concierge

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>In termini di Customer Care, nel 2023, saranno progettate e realizzate soluzioni a supporto di una nuova strategia di "cura" dell'ospite. Si tratta di soluzioni che mettono al centro il customer e allo stesso tempo rendono l'esperienza degli operatori sul territorio semplice e fluida.</p>	<p>E' stata ottimizzata la visibilità in app del sistema di contatto mettendo in evidenza nella app la possibilità di chiedere informazioni al territorio nella homepage e nelle principali sezioni di navigazione. I contatti al customer care tra il 1 maggio e il primo ottobre, stagione di punta nell'uso della app, sono cresciuti del 400% YoY. Durante l'estate è stato inoltre messa a punto e condivisa la prima lista di FAQ direttamente con la azienda che si occupa del contatto di primo livello, velocizzando i tempi di risposta sulle domande più comuni e al contempo facilitando il lavoro degli operatori sul territorio.</p>

### PROGETTO: Mio Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Lo sviluppo dell'app mobile Mio Trentino proseguirà anche nel 2023. La naturale manutenzione correttiva ed evolutiva sarà affiancata a cicli di assesment della User Experience e funzionalità dell'intero applicativo. Obiettivo primario sarà quello di mantenere alta la qualità della app su entrambe le piattaforme native, Android e iOS, migliorando anche la sicurezza, la stabilità e la robustezza della soluzione tecnologica</p>	<p>Nel corso dell'anno sono stati svolti importanti interventi di UX sulla home page e nelle principali sezioni della app. L'esperienza utente è stata rivista in maniera profonda per favorire una navigazione della app basata su immagini e foto più che su testi. importanti funzionalità legate al trasporto pubblico e privato sono state introdotte o migliorate se già presenti. sono state effettuate tre analisi di usabilità - di cui una con focus estero - nel corso dell'anno, in corrispondenza di rilasci più corposi, per asseverare l'efficacia delle soluzioni adottate in termini di esperienza utente. E' stata introdotta una nuova sezione "esperienze" con proposte di attività per il turista collezionate mediante l'integrazione con le principali piattaforme come Feratel e Regiondo. La piattaforma tecnologica è stata ottimizzata per sostenere i picchi di utilizzo stagionali.</p>

### PROGETTO: Tracciamenti e analytics

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Marketing sta lavorando al passaggio definitivo al nuovo sistema di misurazione e l'anno prossimo sarà dedicato all'affinamento e alla definizione di metriche di valutazione degli indici di performance (KPI) che armonizzino le necessità di tracciamento legate agli obiettivi aziendali con le possibilità offerte dal nuovo ambiente, consolidando il nuovo approccio per essere pronti già dalla primavera 2023;</p>	<p>E' stata terminata l'implementazione tracciamenti e customizzazioni all'interno del nuovo ambiente GA4 e predisposto dashboard che permettessero di continuare il monitoraggio YoY nonostante i due ambienti di analisi leggermente differenti. I tracciamenti sul vecchio sistema GA3 sono stati interrotti ad aprile 2023, da quella data GA4 è l'unico sistema di tracciamento. Il passaggio non ha prodotto disagi sostanziali rispetto alla fruizione dei report di performance.</p>

### PROGETTO: SEO

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Costanti azioni di monitoraggio, correzione e aggiustamento delle strategie SEO nel corso del 2023 per contrastare la tendenza al calo di traffico proveniente dai motori di ricerca;</p>	<p>Il monitoraggio e l'ottimizzazione sono stati effettuati con interventi di analisi e risoluzioni mirati alle pesanti perdite di traffico organico (fino a -25% di traffico organico dall'Italia YoY) causate tra maggio e giugno da alcune modifiche apportate da google alla serp nel mese di marzo - emergenza poi gradualmente rientrata nel mese di luglio. l'anno ha chiuso registrando un incremento positivo del traffico organico del 4,5% (dell'11% considerando i soli mercati esteri)</p>



**PROGETTO: Grandi eventi**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Implementazione di un sistema di registrazione digitale per gli accrediti e per l'accesso del pubblico ai grandi eventi organizzati dalla Azienda.	Attività eseguita. A seguito di un affiancamento consulenziale per la digitalizzazione dei processi coinvolti, il festival dell'economia, Trentodoc Festival e il festival dello sport hanno utilizzato un sistema di accredito digitale per la parte di VIP e ospiti importanti. Nel caso del festival dello sport e del festival trentodoc, le attività hanno riguardato anche la parte di registrazione del pubblico e di loro ammissione alle varie location previa esibizione del pass ricevuto in fase di registrazione.

**PROGETTO: Sito archivio Festival Economia**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Costruzione di un archivio digitale dove caricare i video di 17 anni di interventi del Festival dell'economia, e continuare a caricare i nuovi, per metterli a disposizione della comunità in un formato facilmente fruibile con UX ottimizzata.	Abbiamo studiato i materiali disponibili e le modalità di import, arrivando a costruire un frontend fortemente video-oriented che consenta un facile reperimento dei materiali di interesse secondo vari possibili criteri (titolo, nome speaker, ricerca libera ecc) <a href="https://video.festivaleconomia.it/">https://video.festivaleconomia.it/</a>

**PROGETTO: Sito Trentodoc Festival**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Dotare il festival di un sito proprietario, da gestire in modo autonomo	Abbiamo progettato e realizzato il nuovo sito del festival coordinando il tavolo degli stakeholder e partner del festival (RCS e Istituto Trentodoc, oltre che ai colleghi dell'area dedicata internamente), <a href="https://www.trentodocfestival.it/">https://www.trentodocfestival.it/</a> . abbiamo curato l'integrazione nel sito del sistema feratel per la parte di acquisto degli eventi a pagamento e Mticket per la gestione del palinsesto e la registrazione agli eventi a pagamento, seguendo poi ogni aspetto di messa online dal fine tuning grafico e informativo al il posizionamento SEO.

**PROGETTO: Mio Trentino business**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Fornire alle APT uno strumento integrato con la TGP per la raccolta e manutenzione degli orari di apertura da parte degli operatori sul territorio.	Abbiamo sviluppato e messo in esecuzione il portale Mio Trentino Business, integrato con la Trentino Guest Platform. Lo strumento permette alle APT di governare gli orari di apertura degli operatori sul territorio e delegare a questi la manutenzione degli orari della propria attività.

**PROGETTO: Single Sign-On (SSO) e gestione delle identità**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gestione delle identità degli utenti in un sistema IAM centrale, consentendo una gestione completa degli account tramite la Mio Trentino mobile-app e VisitTrentino.	E' stato realizzato un primo prototipo di accesso unificato su VisitTrentino tramite IAM della TGP, attualmente utilizzabile in ambiente di test. Si auspica nel 2024, al rilascio in produzione di questo servizio, a valle di una messa a punto e una miglior integrazione con i servizi in essere di Visit Trentino legati all'utente come newsletter e richieste di supporto.

**PROGETTO: Archivio multimediale: Digital Asset Management (DAM)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gestione efficiente degli archivi fotografici e dei file multimediali, attraverso un sistema DAM, mirando a ottimizzare le risorse tecniche e umane e garantire una distribuzione sicura e controllata dei contenuti.	Il sistema di gestione degli asset digitali è ora operativo, con il trasferimento dell'archivio dal 2004 al 2023 completato con successo. Abbiamo implementato la gestione del Copyright Management e configurato il portale di ricerca media. Inoltre, abbiamo abilitato APT Fassa e APT Fiemme.

**PROGETTO: Attività trasversali di gestione interna**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gestione trasversale di tool, piattaforme e software aziendali, ottimizzando procedure e policy organizzative per una governance tecnologica più uniforme.	Abbiamo portato avanti l'obiettivo di implementare una governance più omogenea e equilibrata delle tecnologie aziendali. Le procedure e le policy organizzative definite nel 2022 sono state efficacemente attuate, il team ha assicurato una corretta amministrazione degli account e ha ottimizzato l'utilizzo delle risorse digitali, contribuendo così al miglioramento delle attività di Trentino Marketing.

**PROGETTO: Sperimentazione di strumenti tecnologici**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Esplorare prototipi di app digitali per raccogliere feedback e avviare lo sviluppo di soluzioni innovative, inclusi machine learning, intelligenza artificiale e progetti di gamification e realtà aumentata.	Sono state svolte attività di sperimentazione relativamente all'attivazione dei dati nella Customer Data Platform. In parte ha trovato sbocco nell'implementazione di dashboard comportamentali condivise con i direttori delle APT, in parte ha abilitato una valutazione preliminare sulla possibilità di introdurre un recommendation system. Le valutazioni hanno portato a maturare la decisione di voler consolidare i dati relativamente a utenti e comportamenti e le tassonomie del dominio turistico prima di introdurre logiche di AI spinte per la proposizione dei contenuti.

**PROGETTO: Portale di destinazione VisitTrentino**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
A seguito dell'intervento di manutenzione straordinaria e aggiornamento alle versioni più recenti della tecnologia alla base del portale di destinazione VisitTrentino, nel 2023 si pianificano tutte le attività di sviluppo che portano ad un livello enterprise il CMS del portale stesso. È un'innovazione sostanziale che permette in maniera agile e robusta l'integrazione a componenti software e piattaforme esterne, sviluppandosi naturalmente sul percorso di interoperabilità tecnologico, elemento chiave per abilitare un approccio data-driven. In continuità con gli anni precedenti proseguirà il lavoro sul portale destinazione per renderlo sempre più valido come strumento a disposizione dell'azienda e del territorio. Dunque, come parte integrante delle attività previste nel 2023 resta confermata la manutenzione ordinaria per tutto quello che concerne i tecnicismi legati alla cura del SEO, lo sviluppo e la modifica di template statici, quando e se necessario, il tracciamento delle attività dell'utenza, le ottimizzazioni delle performance generali, la manutenzione delle esistenti integrazioni con sistemi terzi come ad esempio il DEMI, necessario alla gestione completa della proposizione delle soluzioni territoriali per la ricettività turistica.	Nel 2023 è proseguito il lavoro sul portale per renderlo sempre più valido come strumento a disposizione dell'azienda e del territorio. È stata effettuata la manutenzione ordinaria per tutto quello che concerne i tecnicismi legati alla cura del SEO, lo sviluppo e la modifica di template statici, quando e se necessario, il tracciamento delle attività dell'utenza, le ottimizzazioni delle performance generali, la manutenzione delle esistenti integrazioni con sistemi terzi come ad esempio il DEMI, necessario alla gestione completa della proposizione delle soluzioni territoriali per la ricettività turistica. Il 2023 ha visto anche la rivisitazione della pagina di dettaglio dei punti di interesse, delle pagine di lista degli itinerari, della navigazione generale e della ricerca nel sito. In più, ai fini dell'integrazione con la TGP, è stata sviluppata una prima integrazione con Salesforce ai fini della login dell'utente e una prima importazione dei punti di interesse dalla TGP nel backoffice di VisitTrentino. Un'altra importante evolutiva è l'integrazione del plugin Accessyway in VisitTrentino che permette una migliore fruizione del sito a utenti con alcune disabilità. Sono, infine, state gestite circa 200 change request.

**PROGETTO: Portali web**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Attività evolutive sui diversi portali web dedicati alle iniziative speciali di Trentino Marketing come: Qualità Trentino, Trentino Taste, Trentino Tree Agreement.</p>	<p>TasteTrentino: Completato refactoring totale del portale. Trentino Tree Agreement: Aggiornamento del CRM interno e passaggio a nuova versione MyPay pago PA. Per gli altri siti attività ordinarie di manutenzione</p>

**PROGETTO: Trentino Guest card**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Mantenimento e implementazione delle funzionalità TGC all'interno di Mio Trentino. Aumento livello di digitalizzazione della TGC (attraverso PMS) e di utilizzo della card per i servizi di mobilità pubblica. Condivisione risultati, problematiche e opportunità con rete di stakeholders.</p>	<p>A fine 2023 gli operatori abilitati all'emissione della Guest Card hanno sfiorato i 7.000. In forte crescita il comparto degli alloggi ad uso turistico - iscritti al DTU - grazie anche alla comunicazione mirata iniziata ad inizio estate in collaborazione con il Servizio Turismo PAT (crescita del 41%). Gli ospiti che hanno ricevuto la card sono stati oltre 1,2 milioni, in crescita di oltre il 30% rispetto all'anno precedente. La penetrazione della Guest Card risulta ancora bassa attestandosi appena il 40% degli ospiti (pur con dinamiche non omogenee a livello territoriale). Oltre il 70% delle card è stato attivato digitalmente tramite l'APP Mio Trentino, dato in linea con gli anni scorsi. In aumento il numero di PMS che hanno integrato la funzione di emissione (ora pari a 24) come pure le card emesse tramite questo canale (circa 20%, contro il 15% dell'anno precedente). Gli sforzi di TM si sono concentrati nel comunicare questa opportunità agli operatori, che agevola notevolmente il loro lavoro. Gli ingressi ai musei e castelli sono stati complessivamente oltre 311.000, contro i 250.000 del 2022 . I flussi non hanno interessato solo le eccellenze provinciali ma anche le realtà minori presenti nelle valli del Trentino. le persone trasportate sui mezzi pubblici sono state poco meno di 500mila, dato sottostimato per via dei problemi di incarrozzamento, specie nel periodo estivo. Rispetto all'anno scorso la crescita è stata di quasi 80mila viaggiatori. TM ha supportato le APT nella creazione e sviluppo delle card di valle. A fine anno sono state gettati le basi per permettere la condivisione della card fra persone dello stesso nucleo turistico e garantire l'accesso parziale a musei e servizi. questa operazione rientra nell'ottica di rendere più fluida l'esperienza e aumentare i lead generati</p>

## e) Comunicazione

### PROGETTO: Incontri e conferenze stampa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Saranno organizzati incontri in Italia e all'estero per presentare progetti e iniziative relativi ai vari settori d'attività. Le redazioni nazionali saranno inoltre alimentate, anche attraverso una costante attività di PR, con contenuti "notiziabili". A tale attività si aggiungeranno le conferenze stampa locali relative a progetti, iniziative e contenuti sviluppati dalle varie Aree di Trentino Marketing.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p><b>Estero:</b>            Si elencano gli incontri/conferenze stampa realizzati all'estero nel corso dell'anno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DACH: 6 incontri stampa a Monaco di Baviera, Berlino, Vienna e Innsbruck (ca. 40 giornalisti)</li> <li>• PL: 2 incontri stampa a Varsavia (n. 60 giornalisti)</li> <li>• CZ: 2 incontri stampa a Praga ( n. 60 giornalisti)</li> <li>• UK: 2 incontri stampa a Londra (ca 40 giornalisti)</li> <li>• NL: 2 incontri stampa ad Amsterdam (ca 40 giornalisti)</li> </ul> <p>Si sono svolti inoltre numerosi incontri stampa individuali in occasione dei principali Festival organizzati sul territorio (Festival dell'Economia, Festival dello Sport, Trentodoc Festival) nonché durante la fiera WTM di Londra.</p> <p>Incontro stampa estera a Roma</p> <p><b>Italia:</b>            Incontri stampa individuali in occasione dei principali Festival organizzati sul territorio (Festival dell'Economia, Festival dello Sport, Trentodoc Festival).</p> <p>Presidio e collaborazione nell'organizzazione di conferenze stampa a supporto dei Grandi Eventi (I Suoni delle Dolomiti, Festival dello Sport, Wired Next Fest. etc)</p>

### PROGETTO: Agenzie PR

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

**PROGETTO: Servizi e strumenti di supporto**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Press room / Sezioni stampa</p> <p>Le sezioni dedicate alla stampa, declinate nelle lingue dei vari paesi su cui opera Trentino Marketing, si dimostrano uno strumento sempre più strategico per alimentare di contenuti le varie redazioni e fidelizzare i rapporti con giornalisti di carta stampata, TV, radio e web.</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>L'azione è stata effettuata.</p> <p><b>Estero:</b></p> <p>Sezioni stampa nelle varie lingue con integrazione di nuove storie e di comunicati ad hoc. Per la sezione DACH è stata inserita una nuova parte ispirazionale con una serie di temi ed idee per viaggi stampa al fine di stimolare i giornalisti</p> <p>Lanci:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DACH: 27 lanci e pitches / PL: 9 lanci / CZ: 9 lanci / UK: 13 / NL: 13 lanci. Si aggiungono costanti invii di informazioni/video/curiosità mirate per mantenere il contatto con le redazioni.</li> </ul> <p>Rassegna stampa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DACH: 685 articoli (controvalore di 9.000.000 Euro) / PL: 351 articoli (per un controvalore di 2.819.115 Euro) / CZ: 950 articoli (controvalore di 17.250.000 Euro) / UK: 227 articoli (controvalore di 887.770 Euro) / NL: 216 articoli (controvalore di 1.621.056 Euro).</li> </ul> <p><b>Italia:</b></p> <p>Press Room</p> <p>Aggiornamento della sezione stampa con comunicati e cartelle stampa stagionali e ad hoc.</p> <p>Lanci stampa:</p> <p>19 lanci nazionali, 50 lanci locali, più costante invio di informazioni mirate e contenuti ispirazionali per mantenere il contatto con le redazioni.</p> <p>Rassegna stampa:</p> <p>queste attività hanno consentito di estrapolare dalla rassegna stampa oltre 21.216 articoli complessivi per un controvalore di oltre 141 milioni Euro, di cui 1.018 articoli direttamente derivanti dalle azioni intraprese per un controvalore di oltre 25 milioni di euro</p>

**PROGETTO: Viaggi stampa e Progetti TV Italia**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si organizzano viaggi stampa individuali e di gruppo rivolti a giornalisti nazionali ed esteri al fine di valorizzare peculiarità ed eccellenze turistiche delle quattro stagioni: da quelle sportive a quelle culturali, passando per l'enogastronomia, l'ambiente, ecc. 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.</p>	<p>Viaggi stampa:</p> <p>in Italia sono stati organizzati 18 viaggi stampa individuali, 2 shooting moda per due importanti testate e 3 viaggi stampa di gruppo (uno internazionale e dedicato al "Cammino di San Vili" - gli altri due nazionali, rispettivamente dedicati alle "Olimpiadi" e a "Oriente Occidente"), a supporto della valorizzazione di diverse progettualità come "Il Cammino di San Vili", "I Suoni delle Dolomiti", le "Olimpiadi", "e "I Borgi più belli d'Italia" e dei monografici dedicati al Trentino</p> <p>Progetti TV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RAI 1 - Linea Bianca (2 puntate) / Linea Verde Sentieri (1 puntata) / Linea Verde Bike (puntata Trentino-Alto Adige) / UnoMattina in Famiglia (1 servizio) / Uno Zecchino nella calza (girato nel 2023 andato in onda a gennaio 2024)</li> <li>• RAI 2 – TG2 Italia Europa (3 servizi)</li> <li>• RAI 3 - Geo (vari servizi)</li> <li>• Canale5 – Melaverde (5 puntate)</li> <li>• TG1/TG2/TG3/TG5/Studio Aperto/TG4/SkyTG24/Rainews – vari servizi</li> <li>• La7 – Eden (repliche)</li> <li>• Italia1 – Drive up (servizio all'interno di 1 puntata)</li> <li>• Real Time – Back Off Italy (1 puntata)</li> <li>• Cremona 1 - Cosa Bolle in Pentola (1 puntata)</li> </ul>

**PROGETTO: Viaggi stampa e Progetti TV estero**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si organizzano viaggi stampa individuali e di gruppo rivolti a giornalisti nazionali ed esteri al fine di valorizzare peculiarità ed eccellenze turistiche delle quattro stagioni: da quelle sportive a quelle culturali, passando per l'enogastronomia, l'ambiente, ecc. 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.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Concluso il periodo pandemico, i viaggi stampa sono ripresi con i ritmi da pre-pandemia.</p> <p>Viaggi stampa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• DACH: 2 viaggi stampa di gruppo e 26 individuali / PL: 3 viaggi stampa di gruppo e 5 individuali / CZ: 2 viaggi stampa di gruppo e 2 individuali / UK: 2 viaggi stampa di gruppo e 6 individuali / NL: 3 viaggi stampa di gruppo e 8 individuali / Nord EU: 1 viaggio stampa di gruppo e 2 individuali.</li> </ul> <p>Progetti TV:</p> <p>Rep. Ceca: Canale nazionale CT2 e Ocko TV</p> <p>PL: TVP 2 canale nazionale</p> <p>NL: 1 su rete nazionale olandese (NPO2) – 1 replica (28/12)</p> <p>DACH: 3 progetti TV su reti commerciali e pubbliche nazionali, tra cui Hessischer Rundfunk con 45 minuti di puntata dedicata al Trentino</p>

**PROGETTO: Trentino Film Commission**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Supporto a progetti televisivi/cinematografici, di particolare rilevanza per la promozione del territorio trentino in particolare sui mercati esteri.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Prosegue il rafforzamento della sinergia con la Trentino Film Commission che si è tradotta in un costante scambio di informazioni ed azioni di supporto, a livello logistico ed anche a livello di contenuti, ciascuno secondo la propria competenza.</p> <p>Tra le collaborazioni in corso si segnala una puntata di Un Posto Al Sole, girato nel 2024 ma la cui programmazione è iniziata nel 2023.</p>

**PROGETTO: New Tale**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il progetto New Tale è un programma di studio, formazione, comunicazione e applicazione per la costruzione progressiva di un nuovo racconto sia per la promozione turistica che per lo sviluppo e la diffusione di una cultura scientifica tra le popolazioni residenti e gli operatori economici.</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>Nel 2023 il percorso laboratoriale di approfondimento delle strategie di comunicazione è stato suddiviso in gruppi di lavoro paralleli per perfezionare le capacità comunicative in ognuno dei canali attivati da Trentino Marketing, prestando particolare attenzione allo sviluppo dei contenuti nei diversi metodi di comunicazione.: Social, Digital, Visual e PR media.</p>

**PROGETTO: Cammino di San Vili**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il progetto di questo viaggio stampa internazionale che ha come focus un'idea di turismo lento a contatto con la natura e con i borghi rurali attraverso vari territori molto diversi fra loro</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>A maggio è stato organizzato il viaggio stampa internazionale in tre tappe con partenza dalla Val Rendena ed arrivo a Trento. Le testate presenti erano 12 dai principali mercati target. Il gruppo di giornalisti ha avuto modo di conoscere territori diversi tra loro, dal Parco Adamello Brenta, fino alla zona di Toblino, per concludersi nel capoluogo trentino.</p>

**PROGETTO: Campagne di marca e tematiche off-line**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>L'attività pianificata si svolgerà attraverso le seguenti progettualità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancio campagna di marca in Italia e all'estero nei paesi focus, su stampa e tv/radio;</li> <li>- Lancio campagne tematiche su stampa e tv;</li> <li>- Nuova strategia di comunicazione che premia le belle stagioni e mette al centro le comunità, posizionando il Trentino come luogo ideale di vita</li> </ul>	<p>L'azione è stata effettuata. Nel 2023 è stata fatta un'attenta pianificazione ADV, rafforzando gli investimenti sulle belle stagioni e prestando particolare attenzione ai mercati prioritari, quali Italia, mercati DACH e Scandinavia. Per la campagna di marca, è stato lanciato il nuovo format "Storie" che vuole raccontare un Trentino vero ed autentico attraverso la voce di persone reali, trentini o non trentini che hanno deciso di trasferirsi qui per conigliare il proprio lavoro o i propri studi con uno stile di vita a contatto e rispettoso della natura. Per quanto riguarda la pianificazione, di seguito i dettagli per stagione:</p>

**PROGETTO: Campagne adv (1 di 3)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Campagne istituzioni e tematiche, con focus particolare sulle belle stagioni</p>	<p>Le azioni seguenti sono state regolarmente eseguite sia in Italia che all'Estero come di seguito dettagliate.</p> <p>INVERNO 2022/2023 ITALIA</p> <p>Stampa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•46 avvisi in doppia pagina sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia.</li> </ul> <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•692 spot da 15/30 secondi sulle principali emittenti (Rai, La 7, Mediaset, Sky, DAZN). Tra gli eventi coperti spiccano i mondiali di calcio FIFA Qatar e coppa del Mondo Sci Alpino, Campionato di calcio Serie A e i principali eventi sportivi trasmessi da Sky.</li> <li>•Quattro settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)</li> <li>•Product Placement. Puntata dedicata dello Zecchino d'oro da Madonna di Campiglio</li> </ul> <p>INVERNO 2022/2023 ESTERO</p> <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Campagna Spot da 15/30 secondi ed elementi di sponsorizzazione da 6 secondi su Eurosport Paneuropeo a copertura dei principali eventi sportivi, Coppa del Mondo Sci Alpino in primis</li> <li>•Campagna Spot da 20 secondi su tre settimane in Polonia, Slovenia e Repubblica Ceca</li> </ul> <p>PRIMAVERA 2023 ITALIA</p> <p>Stampa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•61 avvisi in doppia pagina sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia.</li> </ul> <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•684 spot da 15/30 secondi sulle principali emittenti (Rai, Mediaset, Sky, DAZN).</li> <li>•Tre settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)</li> </ul> <p>PRIMAVERA 2023 ESTERO:</p> <p>Stampa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•28 speciali advertorial multi-pagina (totale 80 pagine) su testate in target in Austria, Germania, Svizzera, Polonia, Repubblica Ceca, Olanda e Svizzera Tedesca</li> </ul> <p>TV</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Campagna Spot da 20 secondi su tre settimane in Polonia, Repubblica Ceca, Svizzera Tedesca</li> </ul>

**PROGETTO: Campagne adv (2 di 3)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagne istituzioni e tematiche, con focus particolare sulle belle stagioni	ESTATE 2023 ITALIA Stampa •4 avvisi in doppia pagina su testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia. TV •Una settimana di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris) Altro •22 spot estate da 30 secondi durante le 11 date del Vasco Rossi Tour 2023 ESTATE 2023 ESTERO TV •Campagna Spot da 15/30 secondi ed elementi di sponsorizzazione da 6 secondi su Eurosport Paneuropeo a copertura dei principali eventi sportivi ESTIVI

**PROGETTO: Campagne adv (3 di 3)**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagne istituzioni e tematiche, con focus particolare sulle belle stagioni	Le azioni seguenti sono state regolarmente eseguite sia in Italia che all'Estero come di seguito dettagliate.'AUTUNNO 2023 ITALIA Stampa •42 avvisi in doppia pagina sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia TV •627 spot da 15/30 secondi sulle principali emittenti (Rai, LA7, Sky, DAZN). •Cinque settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris) AUTUNNO 2023 ESTERO Stampa •5 speciali advertorial multi pagina (totale 120 pagine) su testate in target in Austria e Germania) TV •Campagna Spot da 20 secondi su tre settimane in Svizzera tedesca. INVERNO 2023/2024 ITALIA Stampa •27 avvisi in doppia pagina sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia TV •20 spot da 15/30 secondi sui canali Rai in occasione delle gare italiano di Coppa del Mondo Sci Alpino e coppa Davis di Tennis •Cinque settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris) INVERNO 2023/2024 ESTERO TV •Campagna Spot da 15/30 secondi ed elementi di sponsorizzazione da 6 secondi su Eurosport Paneuropeo a copertura dei principali eventi sportivi, Coppa del Mondo Sci Alpino in primis •Campagna Spot da 20 secondi su tre settimane in Polonia, Repubblica Ceca ALTRI PROGETTI 2023 ITALIA •Campagne a coperture eventi Festival Economia, Sport, TrentoDoc, Marcialonga, Fishing, Suoni delle Dolomiti. / Campagne Locali ESTERO • Fishing / Campeggi / Moto Turismo



**PROGETTO: Comunicazione interna**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per la promozione e valorizzazione delle attività realizzate da Trentino Marketing sul territorio provinciale si prevede di presidiare in modo continuativo e attento la comunicazione aziendale diffondendo le progettualità e le iniziative verso i media e gli stakeholders locali utilizzando diverse strategie:</p> <p>a) Pianificazione mirata sui media locali (giornali/TV/radio/web) di publiregionali e spazi advertising.</p> <p>b) Organizzazione, in collaborazione con il Team Italian Media PR, Press &amp; Adv e Area Sport &amp; Great Events, di conferenze stampa locali, nazionali e inaugurazione Festival.</p> <p>c) Aggiornamento dei contenuti e immagini del sito corporate aziendale (<a href="http://www.trentinomarketing.org">www.trentinomarketing.org</a>).</p> <p>d) Alimentazione costante 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 stimolino la nostra creatività.</p> <p>e) Gestione e supporto organizzazione sedute del Consiglio di Amministrazione.</p> <p>f) Spedizione mensile della newsletter interna TMnews per informare e coinvolgere gli attori del turismo e il territorio trentino, comunicando le attività, le iniziative e le strategie attivate per sviluppare e promuovere progetti di marketing territoriale e turistico sul nostro territorio e supportando il comparto turistico nelle strategie e azioni di commercializzazione.</p> <p>g) Coordinamento, in occasione del ventennale di Trentino Marketing, del progetto per la realizzazione del sito web con un'antologia delle iniziative più significative.</p> <p>h) Coordinamento della formazione-laboratorio aziendale, base per approdare su LinkedIn in modo costruttivo per il lavoratore e per l'azienda.</p>	<p>L'azione è stata effettuata tramite le seguenti attività:</p> <p>a) Sono stati prodotti: 11 publiregionali su Turismo&amp;Ospitalità (ASAT), 3 su Trentino Mese, 11 su Trentino TV e 10 su RTTR/RTT la radio, una collaborazione con la trasmissione Tv Fiammiferi consistente in spot e definizione di tematiche strategiche per TM all'interno di ciascuna delle puntate del 2023.</p> <p>b) nel corso del 2023 sono state organizzate le seguenti iniziative:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il 13 gennaio a Trento è stato organizzato il Grande Concerto di Buon 2023 con la Fanfara della Polizia di Stato e abbiamo contribuito all'invio e gestione degli inviti agli stakeholders;</li> <li>- il 7 febbraio a Rovereto è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione del Wired Next Fest;</li> <li>- il 1° marzo a Milano è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione dei Campionati Italiani di ciclismo su strada;</li> <li>- il 14 marzo a Trento e il 14 settembre a Milano sono state organizzate le conferenze stampa di presentazione della 6° edizione del Festival dello Sport, mentre il 12 ottobre a Trento è stata organizzata l'inaugurazione del Festival dello Sport;</li> <li>- il 3 aprile a Milano è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione della 18° edizione del Festival dell'Economia, mentre il 28 maggio è stata organizzata l'inaugurazione del Festival dell'Economia;</li> <li>- il 12 aprile a Riva del Garda è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione dei Mondiali Giovanili Vela 2024;</li> <li>- il 22 aprile a Trento è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione del progetto per una nuova gestione dei flussi turistici, sul lago di Molveno;</li> <li>- il 19 maggio a Torino, presso il Salone del Libro, è stata organizzata la conferenza stampa di presentazione della 28° edizione de "I Suoni delle Dolomiti";</li> <li>- il 20 giugno a Trento è stata organizzata la presentazione della 2° edizione del TRENTODOC Festival, mentre il 21 settembre a Trento è stata organizzata l'inaugurazione della 2° edizione del TRENTODOC Festival;</li> <li>- il 29 agosto a Trento è stata organizzata la Campagna di Promozione dedicata all'Autunno Trentino.</li> </ul> <p>c) i contenuti e immagini del sito corporate aziendale sono stati costantemente aggiornati.</p> <p>d) Nel corso dell'anno sono stati inseriti nella piattaforma 5.197 articoli selezionati stampa/web.</p> <p>e) Nel corso dell'anno sono state convocate e gestite n. 17 sedute del Consiglio di Amministrazione.</p> <p>f) E' stata predisposta e inviata mensilmente la newsletter aziendale "TMnews" a stakeholders e strutture ricettive del Trentino.</p> <p>g) Nel corso dell'anno è stato effettuato un lavoro di raccolta e catalogazione delle principali attività svolte per la promozione territoriali dal 2003 ad oggi che verranno archiviate in un apposito sito aziendale. L'attività ha riguardato testi illustrativi, immagini, video ed allegati vari che sono stati predisposti per l'inserimento sul portale dedicato.</p> <p>h) Nell'anno 2023, come primo step, si è resa necessaria sviluppare una formazione specifica (realizzata da Trentino Social Tank) per il gruppo di lavoro Linked In e sulle sue potenzialità per l'azienda e per ciascun lavoratore.</p>

**PROGETTO: Borghi più belli d'Italia**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Azioni di valorizzazione per il progetto Borghi più belli d'Italia	<p>Borghi più belli d'Italia: L'azione è stata effettuata sulla stampa italiana raccogliendo molto interesse dei media. Segnaliamo le seguenti uscite PR Media: La Repubblica del 16/01/2023, Rai 3 – Kilimangiaro del 12/02/2023, Confidenze 07/03/2023, Il Borgo dei borghi Rai3 9/04/2023, Nato con la valigia del 10/04/2023, Orobie 05/2023, Style Magazine del 05/2023, La stampa del 01/06/2023, TgCom24.mediaset.it 18/07/2023, La Repubblica.it 11/08/2023, Studio Aperto 09/09/2023, Rai 3 - Viaggio in Italia 19/09/2023, Grazia – 02/11/2023. Segnaliamo inoltre i seguenti redazionali: La Cucina Italiana (IT): Ossana del 02/2023, Il Messaggero (IT): Luserna del 03/02/2023, Vanity Fair (IT): San Lorenzo del 07/06/2023, Touring (IT): San Lorenzo del 05/2023, Libero (IT): San Lorenzo – Canale di Tenno – Mezzano – Rango e Ossana del 21/05/2023, Libero (IT): Borgo Valsugana del 21/05/2023, Borghi Magazine 01/10/2023, Repubblica: Mercatini e borghi 29/11/2023, Borghi Magazine 01/12/2023, Linea Verde Sentieri (Rai 1): Luserna (registrato a giugno e andato in onda a luglio).</p>

**PROGETTO: Aree protette**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Comunicazione delle aree protette all'interno del sistema di promozione turistica del Trentino	<p>Comunicazione delle aree protette: L'azione è stata effettuata creando una cartella stampa interamente dedicata alla Biodiversità, 2 comunicati, rispettivamente dedicati alle aree protette con Certificazione CETS e ai siti Unesco, all'interno della cartella stampa Focus, un comunicato dedicato ai Parchi all'interno della cartella stampa Estate, un comunicato dedicato ai Parchi all'interno della cartella stampa Autunno. Il tema della Certificazione CETS è stato ripreso più volte, man mano che si estendeva all'intero sistema delle Aree protette del Trentino e inserito nei comunicati sempre aggiornati del Focus e della Biodiversità. Si segnala inoltre il lancio delle cartelle stagionali e dello specifico comunicato dedicato ai Parchi (a luglio), la presenza nei publireazionali sui quotidiani e/o periodici. Per ultimo, nelle attività di PR in Italia, tutto il tema delle aree protette e dei Parchi in primis, nonché dei siti Unesco sono stati proposti alle maggiori testate (quotidiani, periodici, radio e TV) nel corso dell'intero anno, con particolare attenzione alla stagione estiva e autunnale.</p>

**PROGETTO: Campagne di marca e tematiche on-line**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagne istituzionali su belle stagioni per almeno il 60% delle risorse disponibili.	L'azione è stata portata a termine. L'investimento complessivo sulle belle stagioni è stato il 62% del totale investito sulle campagne istituzionali. Le sessioni su visittrentino sono aumentate rispetto all'anno precedente del 45% per la primavera e del 20% per l'autunno.
Aumento della copertura e della pressione internazionale per favorire l'aumento dei flussi dai Paesi europei o extra-europei,	Attività effettuata. La pianificazione 2023 ha visto una distribuzione Italia/Estero del budget 61,3% all'estero, e per la campagna autunno è stato concordato con la Direzione uno stanziamento di 200.000 euro in più rispetto al budget di partenza per coprire con più densità mercati target tradizionali come UK o emergenti come la Francia. Grazie ai costanti investimenti pubblicitari sull'estero gli utenti stranieri di visittrentino sono cresciuti del 47% (sessioni estere rispetto al 2022) , dell'11% considerando solo il traffico organico.
Contenere l'aumento dei prezzi medi di acquisto di clic e impression entro il 10% (con riferimento al 2022)	Il costo medio di acquisto del clic non solo non è aumentato, ma è stato abbattuto del 60% (da 1,17€ a 0,47€). La strategia di pianificazione si è orientata sempre più verso canali push con offerta ad asta, adottato GDN con sistematicità, introduzione nuovi placemnet anche sperimentali di google, ottimizzato le conversioni in meta.traffico da campagne aumentato di 66,4% a fronte di un aumento spesa del 16,7%.
Esplorare più diffusamente mercati più piccoli ma solidi come Croazia, Slovenia e altri	L'azione è stata eseguita. Investimenti esplorativi su croazia slovenia francia spagna sono stati portati avanti per nell'inverno 22/23. Individuata la Francia come Paese con migliore potenzialità, sono stati perpetuati gli investimenti su questa country nel resto delle stagioni. Le visite da Francia sono cresciute del 206% nel 2023 grazie a investimenti pubblicitari poi portati avanti durante l'anno (totale visite 177.800)

**PROGETTO: Marketing Automation / Digital CRM**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Iniziare e gestire ad ogni livello la relazione con il turista dalla fase di ispirazione all'ingaggio, dalla gestione durante la vacanza fino al post-vacanza, favorendo la nascita di una relazione duratura dell'ospite con il territorio	Alle campagne istituzionali volte a ispirare un inizio di relazione, a partire da giugno 2023 abbiamo avviato la attività di marketing automation per il presidio della relazione durante la vacanza (invio automatico mail di benvenuto) e in seguito alla fine della vacanza (invio automatico survey di gradimento e mail di ringraziamento per la visita, che suggerisce una visita successiva). A partire da giugno e fino al 31 dicembre 2023 risultano inviate automaticamente 14.000 mail di benvenuto ad altrettanti ospiti, 15.000 mail di ringraziamento per la visita e 109.000 survey post vacanza: un totale di 138.000 mail.

**PROGETTO: Sito Visittrentino.info**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Il sito sarà rafforzato sia per meglio presidiare la fase di Inspiration, attraverso la costruzione di efficaci landing page di campagna, sia per ottimizzare le fasi di discovery.	Attività eseguita. Costruito e ottimizzato landing page, sia organiche che di campagna, con l'obiettivo di differenziare i mercati e aumentare le reach da ogni Paese (aumento medio del 15% solo dall'estero). Abbiamo, inoltre, pubblicato landing page create ad hoc a supporto dei grandi eventi e di progetti speciali quali Biodiversità, Sostenibilità, Accessibilità, Grandi Carnivori.

**PROGETTO: Comunicazione a supporto cultura, enogastronomia e comunità locali**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Per il 2023 verranno pianificate attività a supporto della cultura, dell'enogastronomia e delle comunità locali, per attrarre un'audience curiosa, sofisticata, altospendente.	Attività eseguita. Oltre all'implementazione delle Landing dedicate, abbiamo lavorato ad almeno 3 articoli ad hoc per stagione dedicati alle rubriche "Fatto con le mani" e "Progetto enogastronomico": interviste fatte in loco e racconto di eccellenze territoriali (filiera della lana, farine, olio, vino, mele, latte, ...). Obiettivo ulteriore raggiunto, attraverso tali progetti, è stato dare voce e spazio alla comunità locale. Molti, poi, sono gli articoli creati in stretta collaborazione con i musei con i quali interloquiamo regolarmente e con i castelli per progetti di comunicazione dedicati. Il racconto dei borghi ci ha visti impegnati, oltre che nei presidi digitali, anche nella creazione di itinerari e di una brochure completa e aggiornata.

**PROGETTO: Presidio traffico in fase di discovery**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Produrre articoli ottimizzati in ottica SEO in collaborazione con Team Digital e agenzia digitale Webranking che ha realizzato una Dashboard che permette di individuare le parole chiave in modo organizzato. Il progetto prevede la produzione di 10 articoli in italiano e in lingua che promuovono le attività più interessanti da fare nelle località più ricercate.	Obiettivo raggiunto. Gli articoli sono stati realizzati per tutte le stagioni. Per ogni ambito territoriale sono state riunite le esperienze e le attività più attraenti per il mercato italiano ed estero con attenzione alle parole chiave indicate dall'agenzia e in collaborazione con Team Digital, anche per le Landing page di campagna.

**PROGETTO: Content curation dell'ecosistema digitale**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Attività di content curation in sempre più stretta sinergia con i territori.	Obiettivo raggiunto. Il coordinamento e il presidio dell'App ha portato al quasi totale caricamento dei contenuti da parte delle Apt che sono state sostenute da noi con corsi di scrittura e produzione di immagini. Attraverso la creazione di Dashboard, create ad hoc in collaborazione con team Digital, siamo in grado di verificare quotidianamente il corretto inserimento e la corretta visualizzazione di contenuti testuali e visivi, oltre che estrapolare preziosi dati di profilazione, utili all'intero ecosistema turistico del Trentino. Abbiamo prodotto linee guida a supporto degli operatori e omogeneizzato il tono di voce delle pagine più viste in ogni ambito territoriale.

**PROGETTO: Newsletter e Dem**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
NL, dem w CRM. Piano periodico di Newsletter e Dem in collaborazione con team Digital Marketing secondo una specifica strategia CRM che coinvolga anche l'App Mio Trentino.	Obiettivo raggiunto. Oltre all'invio bimestrale delle Newsletter suddivise per ambiti, tematiche e "the best of" delle esperienze stagionali e di quelle legate ai Grandi Eventi culturali e sportivi, secondo piano editoriale annuale, è entrata a sistema una marketing automation per l'invio di NL a tutti gli utenti dell'App Mio Trentino.(welcome mail e thank you mail) in collaborazione con ogni Apt di riferimento.

**PROGETTO: Belle stagioni su Visit Trentino**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Progetto itinerari per promuovere sul sito Visit Trentino le belle stagioni e i luoghi meno conosciuti	Obiettivo raggiunto. A sostegno delle belle stagioni abbiamo lavorato a una landing page dedicata a itinerari, da due a 7 giorni, che potessero coprire qualsiasi motivazione di viaggio: storia, cultura, gusto, relax, laghi e sport. Inoltre, abbiamo lavorato insieme al Team social e media Pr al progetto Hidden gems: itinerario per scoprire luoghi culturali "segreti" o poco conosciuti del Trentino.

**PROGETTO: Fuji Film - I Suoni delle Dolomiti**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Prosegue il lavoro iniziato quest'anno e che ha visto Fuji documentare attraverso l'occhio di alcuni suoi ambassador alcune date del festival, con l'obiettivo di creare contenuti efficaci e unici da veicolare in attività di comunicazione coordinate su entrambe le community;</p>	<p>il progetto, sviluppato in collaborazione con il team Digital Communication, e legato al racconto del Manifesto del Festival risulta portato a termine con la produzione durante i giorni del trekking di un corto cinematografico oltre ad un video di backstage che verrà utilizzato per la promozione della nuova edizione de I Suoni delle Dolomiti sia sui nostri canali che sui canali corporate di FujiFilm. Il progetto verrà lanciato a partire dalla conferenza stampa de I Suoni delle Dolomiti del 19 aprile per poi proseguire su vari canali on e offline per tutta la stagione.</p>

**PROGETTO: Digital communication**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Attività per incrementare traffico al sito in sinergia con Digital Content</li> <li>-Attività per incrementare la reach internazionale</li> <li>-Attività di influ su target millennial e gen Z</li> <li>-Attività influ su mercati scouting</li> <li>-Giornata della terra</li> <li>-Tik tok awards (non fatto)</li> <li>-Top creator come travel agencies</li> </ul>	<p>In sinergia con il team digital content e influ mkt durante il corso dell'anno è stato sviluppato un progetto che vedeva il coinvolgimento di influencer come divulgatori sui loro canali degli itinerari che loro stessi avevano testato in Trentino durante la loro permanenza. Sul nostro sito sono stati quindi riprodotti e raccontati in prima persona da loro questi itinerari e veicolati sui loro canali permettendoci di incrementare il traffico sul ns sito anche di audience straniera. Inoltre a supporto di questa azione è stata impostata una strategia di page post link per eventi particolarmente interessanti in modo da veicolare subito le info necessarie ed incentivare la consultazione del sito. Si è altresì ridefinita l'ipostazione di alcune modalità di scrittura inserendo il link all'inizio del copy per incentivare subito l'utente ad una azione e non perderlo nella lettura. Anche sui canali social de I Suoni delle Dolomiti sono state implementate queste stesse strategie che sono risultate essere vincenti. Inoltre, in ogni stories è stato agganciato un link di approfondimento di diversi contenuti con cta accattivanti in modo da permettere all'utente di approfondire la notizia più interessante per lui.</p> <p>Si è inoltre lavorato per incrementare la reach internazionale lavorando sulla audience: in questo senso la maggior parte degli influ ingaggiati proveniva da mercati esteri target; con i creator più virtuosi si è implementata una strategia di "post in collab" in modo da apparire sul profilo del creator ed acquisire quindi la sua audience estera. La medesima impostazione si è usata per i festival di respiro internazionale come ad esempio Trento Film festival collaborando con alcuni dei loro protagonisti internazionali più conosciuti.</p> <p>Durante il corso dell'anno, per cercare di abbassare l'età dei demographics ed aumentare anche la fanbase del canale social più giovane che abbiamo (TikTok) abbiamo ingaggiato influencer che avessero una fanbase di età compresa tra i 25 e 35 anni. A questo proposito si è iniziato contestualmente a fare dei test su alcuni mercati, "definiti scouting" ingaggiando dei creator da Stati Uniti.</p> <p>In occasione della giornata mondiale della Terra ha preso il via un importante progetto "docuvideo" che vedrà il suo completamento nel corso del 2024 dedicato ai valori che la Terra, naturalmente ci mette a disposizione per "ribilanciarci". Il docu-video ha come protagonisti 4 content creators che, al termine di una giornata di shooting, decidono di proseguire su un cammino che li porterà, attraverso un'esperienza di disconnessione, ad avvicinarsi alla natura, all'essenza e al piacere delle piccole cose. Alla fine del viaggio, si riscopriranno più consapevoli, arricchiti da questa esperienza, mettendo in discussione le proprie certezze e conoscendosi nel profondo, guardando il loro percorso passato, le loro origini ma anche i loro obiettivi futuri e le loro responsabilità. Troveranno finalmente un nuovo equilibrio personale nella loro vita di tutti i giorni e nel loro ruolo di content creator sui social media.</p> <p>uendo il fil rouge dei 4 elementi della natura.</p> <p>Si è anche impostata la prima collaborazione con un Content Creator-Agenzia Viaggi (Puoy.it) nel corso del 2023 che vedrà la sua realizzazione nella primavera del 2024. Giovanni Arena verrà a scoprire il Trentino e le sue leggende assieme ad un gruppo di follower affezionati.</p> <p>L'obiettivo è quello di conoscere il territorio in chiave "magica", fantastica immergendosi in un mondo passato fatto di creature mitologiche e racconti antichi, e leggende.</p> <p>I TikTok Awards, sono un riconoscimento europeo che premia agenzie, brand e creator più all'avanguardia nel proporre campagne creative sulla piattaforma con significativi impatti sul business e i creator più seguiti ed ingaggianti della</p>

## f) Grandi eventi e progetti speciali

### PROGETTO: Festival dello Sport

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival dello Sport ricopre un ruolo prestigioso nel panorama dello sport "parlato" rappresentando di fatto un unicum grazie ad una proposta senza paragoni che coinvolge sportivi e personalità di spicco nel panorama sportivo internazionale. È diventato in pochi anni un'attrattiva turistica efficace per Trento e i territori limitrofi garantendo un'importante occupazione alberghiera ed un eco mediatico molto rilevante. Il Festival è possibile grazie partnership molto forte con La Gazzetta dello Sport con cui Trentino Marketing co-organizza il festival. È possibile dunque comunicare efficacemente un Trentino sportivo, dove l'attrattiva outdoor è avvalorata da un ambiente naturale ideale in cui le strutture sportive garantiscono una pratica sportiva sempre appagante. Anche in questo modo è possibile consolidare il legame tra sport e Trentino.</p>	<p>Il progetto è stato realizzato. In particolare:            Il Festival dello Sport 2023 ha potuto contare su un folto pubblico presente a Trento nella quattro giornate di kermesse. Il Festival ha celebrato a Trento "La Grande Bellezza" con una presenza massiccia di personaggi legati al mondo dello Sport (oltre 300 ospiti e 144 appuntamenti). Questi ospiti appartenenti a dimensioni sportive delle più varie, uniti a specifiche azioni promosse in città come esibizioni, camp sportivi, mostre e incontri coi campioni, hanno permesso una vasta copertura sui media nazionali e internazionali di settore. Oltre 50mila le presenze del pubblico che ha potuto godere degli eventi in programma. Novità del 2023 è stata la registrazione per accedere alle sale, che ha permesso di identificare la provenienza degli utenti del Festival e fotografarne i movimenti in loco.            una numerica tornata ai livelli pre-pandemici che ha riempito le sale, i teatri, le piazze durante le numerose attività outdoor, le mostre e gli appuntamenti più significativi.</p>

### PROGETTO: Festival dell'Economia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival dell'Economia rappresenta da 18 anni l'appuntamento di maggiore spessore sui temi socioeconomici che caratterizzano i tempi moderni. La partecipazione pubblica e gratuita agli appuntamenti permette a Trento di aprire le porte ad un pubblico numeroso di visitatori, addetti ai lavori, ospiti di caratura internazionale e importanti testate giornalistiche. Il 2023 ha confermato il successo della precedente edizione organizzato per la prima volta dal Gruppo 24 ORE con Trentino Marketing per conto della Provincia Autonoma di Trento. Hanno contribuito come partner istituzionali il Comune di Trento e l'Università di Trento.</p>	<p>Il progetto è stato realizzato. In particolare:            Nel 2023, Il Festival dell'Economia di Trento ha celebrato la diciottesima edizione confermando il successo della kermesse che nella nuova proposta scientifica ha ottenuto risultati molto positivi. Sono stati oltre 600 i relatori protagonisti nei 249 eventi in programma tra Festival, "Fuori Festival", "Economie dei Territori", "Incontri con l'autore" e le dirette-evento di Radio 24. Tra il pubblico, tantissime le famiglie presenti, provenienti anche da fuori Trentino e una grande partecipazione di giovani, molti studenti universitari, ma anche di istituti di scuola secondaria superiore. Nel 2023 si è implementato un archivio video che permette all'utente di vedere le registrazioni degli eventi fin dalla prima edizione, un patrimonio di alta qualità che consente di restituire al grande pubblico quasi 20 anni di dibattiti e di lectio. Anche per il 2023 gli stakeholder del territorio hanno avuto la possibilità di raccontarsi e raccontare i loro progetti più strategici all'interno di un palinsesto dedicato "Economia dei territori", promuovendo così al grande pubblico le eccellenze trentine. Nel 2023 inoltre una delle grandi novità è legata alla certificazione ISO 20121 che ha monitorato con successo il modello di gestione sostenibile dell'organizzazione dell'evento.</p>

**PROGETTO: I Suoni delle Dolomiti**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Festival I Suoni delle Dolomiti è da 28 anni la colonna sonora dell'estate trentina e la sua valenza emozionale e comunicativa, rilanciata anche dal riconoscimento, da parte dell'Unesco, delle Dolomiti quale patrimonio naturale dell'Umanità, confermano il suo ruolo strategico per la promozione del Trentino nel mondo. La Direzione artistica è affidata al prestigioso musicista Mario Brunello</p>	<p>Il progetto è stato realizzato. In particolare:            Il Festival "I Suoni delle Dolomiti" ha avuto luogo dal 23 agosto al 1 ottobre 2023 nei territori di Val di Non, Val Rendena, Altopiano della Paganella, Val di Fiemme, Val di Fassa e San Martino di Castrozza-Primiero con la collaborazione delle 6 APT e di numerosi soggetti pubblici e privati del territorio (comuni, società impianti,gestori rifugi, corpi volontari dei vigili del fuoco, soccorso alpino, croce rossa, ecc). Il trekking e i 18 concerti in cartellone hanno visto la partecipazione di un pubblico numeroso e appassionato. Complessivamente sono state circa 10.000 le persone che hanno partecipato. Lo spostamento temporale del festival, evento strategico per l'immagine della montagna del Trentino, si è riconfermato efficace anche nella costruzione del prodotto turistico incentrato sulle "nuove stagioni". La novità del 2023 è stato l'inserimento in programma 4 concerti accessibili raggiungibili anche da parte di persone con disabilità motoria</p>

**PROGETTO: Salone del libro**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Salone del libro è la più rinomata fiera dell'editoria italiana, che si svolge ogni anno a Torino nel mese di maggio. Le azioni sono volte alla realizzazione di un presidio nella fiera, capace di dar lustro e promozione al territorio trentino e all'editoria di montagna</p>	<p>Il progetto è stato realizzato. In particolare:            partecipazione al Salone del Libro attraverso uno stand Trentino che ha visto la realizzazione di uno spazio dedicato "Sala della montagna" alle presentazioni dei libri di montagna, sia di editori trentini sia di editori di prestigio nazionale. Il progetto è realizzato in collaborazione con il Trento Film Festival in qualità di curatore scientifico della Sala della Montagna e di Premio Itas in qualità di sponsor.</p>

**PROGETTO: Giovani talenti sport invernali**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il progetto si pone l'obiettivo 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 territorio. Le azioni da mettere in campo sono volte quindi al supporto del progetto per questa finalità.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.            Si è dato seguito a quanto previsto dall'accordo della Giunta Provinciale in data 18 giugno 2018, del protocollo di intesa con il Comitato Trentino della Fisi per lo sviluppo del progetto fino alla stagione 2022/2025. La Provincia ha affidato l'esecuzione dello stesso a TS, attraverso TM.            L'impegno, a seguito di una nuova ed analoga delibera della Giunta Provinciale è stato confermato a partire dalla stagione 2022/2023 fino alla stagione 2024/2025.            L'intervento è stato quindi realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT /TS</p>

**PROGETTO: Olimpiadi e paralimpiadi Milano-Cortina**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito del progetto Olimpiadi e paralimpiadi Milano-Cortina 2026 sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coinvolgimento dei cittadini trentini con progetti, eventi e azioni di comunicazione volti alla conoscenza del progetto</li> <li>- progetto riguardante l'avvio delle attività sportive per persona con disabilità presso l'Ospedale Riabilitativo Villa Rosa</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborazione con Pat in riferimento al progetto Sport di cittadinanza (attività eseguita ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS)</li> <li>- Collaborazione con Fondazione Milano Cortina per la realizzazione video promozionali del territorio utilizzati dalla Fondazione stessa</li> <li>- Collaborazione con Fondazione Milano Cortina per l'organizzazione di viaggio stampa media italiani sul territorio della Val di Fiemme</li> <li>- Promozione dei Giochi Olimpici e Paralimpici nel contesto del Goodbye Trentino - Val di Fiemme - 3/6 Dicembre 2023</li> <li>- Progettazione di un piano di vestizione territoriale e di materiali brandizzati brandizzati per promuovere l'evento</li> <li>- Progettazione di un piano di comunicazione per la promozione della mostra Anelli di Congiunzione – Records 2024 (attività effettuata ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS)</li> <li>- Collaborazione con Pat per organizzazione – promozione – materiali promozionali in riferimento all'evento Trentino Sport Meeting - Gallerie di Piedicastello - 28/30 Settembre</li> <li>- Promozione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali in Speciale Sportweek</li> <li>- Attività di studio in riferimento alla proposta di sponsorizzazione da parte della Fondazione Milano Cortina</li> <li>- Attività di studio in riferimento alla progettazione e posizionamento Spectaculars e Agitos</li> <li>- Partecipazione al tavolo sport paralimpico Trentino - progetto "Ospedale Riabilitativo Villa Rosa"</li> </ul>



**PROGETTO: Candidatura Youth Olympic Games 2028**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Le azioni sono volte alla realizzazione del materiale utile per la Candidatura ai Giochi Olimpici giovanili 2028	L'azione è stata realizzata ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.

**PROGETTO: Wired Next Fest**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Wired Next Fest è il più importante festival gratuito dedicato ad innovazione, tecnologia, scienza e cultura. Nel 2023 si è svolta per la prima volta una tappa in Trentino, in particolare a Rovereto. Si tratta di un grande evento che offre una finestra sul futuro e sulle sfide da affrontare, sulle competenze da sviluppare, ma anche sull'eredità di un passato che può essere guida in questo processo di trasformazione. L'evento è organizzato dal Gruppo Conde Nast, e Trentino Marketing funge da sponsor principale dell'evento</p>	<p>Filo conduttore dell'edizione 2023 è l'Italia: luogo dell'Innovazione, una celebrazione del nostro Paese come territorio che sa coniugare creatività, arte e tecnologia.</p> <p>L'organizzatore ha proposto 2 giorni, sabato 6 e domenica 7 maggio, di musica, dibattiti, interviste, laboratori creativi ed esperienze per dare voce a esperienze e testimonianze che hanno aiutato il grande pubblico a comprendere come stiamo costruendo oggi il mondo di domani. Al fine di permeare il palinsesto di contenuti scientifici strategici per il territorio trentino è stato costituito un Comitato Scientifico che, oltre al Direttore di Wired Italia Federico Ferrazza, vede la presenza anche di FBK, Università di Trento, FEM, Fondazione HUB Innovazione Trentino, MUSE-Museo delle Scienze, Istituto Provinciale per la ricerca e la sperimentazione educativa della Pat, Iprase.</p> <p>Questa prima edizione ha riscontrato il successo di pubblico, che in loco ha superato le 10.000 presenze.</p> <p>La sponsorizzazione di TM ha garantito, oltre allo svolgimento dell'evento in loco, anche un'importante presenza del marchio Trentino durante l'evento stesso e nelle altre tappe del Wired Next Fest, nonché spazi promozionali all'interno delle testate on line e off line del Gruppo Condè Nast.</p> <p>Si è dato seguito a questa iniziativa ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p>

## g) Analisi e presidio dei mercati

### PROGETTO: Comarketing TO mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Organizzazione fam trip	<p>Azione effettuata.</p> <p>Sono stati organizzati i seguenti Fam Trip:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alpine Adventures (USA,) 27-31.03 (Va di Fassa), 3 pax</li> <li>- Crysral Ski (UK), 15.18,04 (Val di Sole), 185 pax</li> <li>- Enit (Australia), 03-07,06 (Trento, Paganella, Valsugana, Garda), 7 pax</li> <li>- Fishing Aadvark &amp; McLeod (UK) 17-21,09 (Trento, Valsugana, Val di Sole, Garda), 1 pax</li> </ul>

### PROGETTO: Fiera ITB - Berlino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>ITB Berlino (marzo) è la Borsa del Turismo più grande a livello mondiale, con ca. 6.000 espositori più di 90.000 visitatori professionali da 161 Paesi di tutto il mondo. L'evento ha cambiato format e riserva esclusivamente 3 giornate al trade, sono state tolte le 2 giornate al pubblico. Questo appuntamento si conferma anche come evento mediatico di grande rilievo internazionale per i numerosi incontri in programma. E' prevista la presenza istituzionale di Trentino Marketing.</p>	<p>Manifestazione effettuata. Stand Trentino.</p>

### PROGETTO: Altre Fiere B2B Mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione ad eventi fieristici nel mondo, riservati ad operato	<p>Azione effettuata. Sono state svolte le seguenti fiere:</p> <p>BMT Napoli: 16-18.03 / TTG Rimini: 11-13.10 / WTM Londra: 06-08-11</p>

### PROGETTO: Good Buy Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si prosegue nella proposta di di un grande "workshop provinciale", invitando direttamente gli operatori nazionali ed internazionali sul territorio.</p> <p>L'evento si è svolto in Val di Fiemme a dicembre ha visto il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino. particolare attenzione è stata data anche al lancio dei Giochi Olimpici 2026.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>GBT si è svolto a Cavalese dal 4 al 6 dicembre 2023 con il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino.</p> <p>Alcuni dati della manifestazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oltre 77 Tour Operator internazionali confermati, di cui ca. il 50% alla loro prima partecipazione a GBT</li> <li>- 30 Paesi di provenienza con focus su alcuni mercati quali USA e Spagna e scouting</li> <li>- ca. 1.500 incontri business prenotati tramite piattaforma</li> <li>- 144 aziende trentine partecipanti fra operatori del ricettivo, dei servizi ( socc. Impianti, scuole sci, guide alpine, soc. esperienze, ecc.) , ospitalità organizzata di settore (T.O. incoming, Agenzie, Club di prodotto, ecc.), rappresentanti dei territori (A.p.T e Consorzi).</li> <li>- in occasione dell'evento è stata realizzata una presentazione dei Giochi Olimpici invernali del 2026 in collaborazione con la Fondazione Milano Cortina.</li> </ul>

**PROGETTO: Fiera WTM - Londra**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla fiera WTM di Londra (6-8 novembre) rivolta a trade e stampa	Azione effettuata. Stand TM con co-exhibitor in ambito ENIT di circa 50mq. Presenti APT Val di Fassa, Valsugana e tre DMC.

**PROGETTO: Trade New Markets**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Mountain Travel Symposium Banff- Lake Louise (CAN). E' il più importante appuntamento nordamericano del mondo sci e montagna. Più di 900 rappresentanti di oltre 35 Paesi stabiliscono relazioni, costruiscono la propria attività, perseguono lo sviluppo professionale e creano una comunità montana più forte.	Azione effettuata. Presenti APT Fassa, Alpe Cimbra e Campiglio e una DMC e Consorzio Ponte di Legno-Tonale. Organizzato group leader lunch con 130 invitati e partecipato a serata Ski.com e Holidayze.

**PROGETTO: Workshop B2B**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione a workshop in presenza (uno online) per la promozione del prodotto Trentino per l'Europa e per i Paesi Scouting.	Azione effettuata con la partecipazione di Apt e operatori del territorio ai seguenti workshop: ITW Berlino: 06.03 - Speed networking (ITB Berlino): 07.03 - Borsa dei Laghi: 22-26.03 Verbania - Discover Italy: 30-31.03 Sestri Levante - ISTM - International Ski Travel Market: 16-18.04 -LISTEX /SASTEX: 09-10.05 online - ITW NOVA: 07-10.05 Desenzano - Meet & Match (TTG): 11.10 Rimini - Listex -Pre National Snow Week: 17-19.10 Londra - Workshop Skipass: 27.10 Modena - ACE: 16-18.11 Roma - Paesi scouting: - USA - Missione istituzionale: 06-08.06 New York

**PROGETTO: Mobilità / Flyski**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Definire all'interno del gruppo di lavoro e nei tempi utili per la promozione, le strategie e le azioni concrete relative al progetto (tratte, destinazioni, Paesi di provenienza, aeroporti) e mettere a conoscenza del progetto nuovi operatori italiani e stranieri.</p> <p>Promozione progetto: Realizzare locandine e pieghevoli comuni a tutti i soggetti da distribuire sul territorio e in occasione di fiere, workshop / Presentare il progetto nel corso di campagne pubblicitarie a mezzo stampa e via Internet / Stringere accordi di co-marketing con le compagnie aeree interessate dal servizio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in collaborazione con Apt, Unat e Asat sia per la stagione 2022/23 che 2023/24.</p> <p>Nello specifico, per la stagione 2022/23 e 2023/24 sono state adottate queste azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vendita tramite Itabus, Flixbus e altri 26 canali internazionali attraverso il gateway XML Distribution (Distribution è una azienda tedesca con sede a Berlino ed offre una piattaforma tecnologica per la distribuzione dei trasporti via terra - in sintesi un HUB XML per transfer e shuttle)</li> <li>- Negli aeroporti di Venezia, Verona e Bergamo è stato erogato un servizio di meet &amp; greet con hostess per l'accoglienza dei passeggeri.</li> </ul> <p>Impronta ambientale e sostenibilità. Durante la stagione 2022-23 hanno viaggiato 500 mezzi che hanno percorso complessivamente 150.000 km I passeggeri hanno percorso 2.000.000 km, con un risparmio di 400 tonnellate di CO2.</p>

**PROGETTO: Comarketing TO Italia**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno all'attività di Camp Giovani (6-18 anni) Estivi (multisport tematici, innovativi) di Sport Promotion (Experience Summer Camp) in Italia.</p> <p>Collaborazione con Trentino Holidays per realizzazione catalogo per agenzie.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Dal 14 giugno fino al 20 luglio 2023 e poi dal 27 agosto al 2 settembre 2023 - organizzati più di 40 campi tecnici e tematici. Sono stati organizzati da TM in collaborazione con la Scuola Guide Alpine della Val di Fassa dei momenti formativi per promuovere il progetto "Prudenza in Montagna" per diffondere fra i ragazzi più consapevolezza della sicurezza nelle escursioni in montagna.</p> <p>Cataloghi inverno ed estate Trentino Holidays:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione dello Speciale Trentino (16 pagine) inserito nel catalogo Inverno 2023-2024 di Trentino Holidays per la distribuzione sul mercato agenzie ITA.</li> <li>- stampati in 50.000 copie distribuite nelle agenzie in circa 11.000 punti vendita.</li> </ul>

**PROGETTO: TTG**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia che si svolge ogni anno a Rimini in ottobre: è l'evento clou dell'anno per il settore, la fiera in cui tutta l'industria dei viaggi (nazionale e internazionale) si riunisce per contrattare, fare networking, attivare nuovi business, confrontarsi, trovare nuove idee.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Stand ad isola da 192 mq e quote agende a 28.</p> <p>Presenti 10 APT, 3 DMC, 3 catene alberghiere, 1 hotel</p>

**PROGETTO: BMT**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partecipazione alla Borsa Mediterranea del Turismo (Napoli, 16-18 giugno).</p> <p>4 workshop tematici: Turismo Sociale, Incentive e Congressi, Terme e Benessere, Incoming.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Stand di 96 mq con ospitalità e momento di incontro con il Napoli ed i giornalisti</p> <p>Presenti 1 APT, 2 DMC, 1 catena alberghiera, 1 hotel, 1 consorzio (Skirama)</p>

**PROGETTO: Trentino Bike**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partecipazione eventi di settore all'interno del progetto Trentino Bike Zone e Bike Festival</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>3 fiere Bike all'interno del progetto Trentino Bike in compartecipazione con Skirama, Garda e Fassa: E Bike Days Monaco (19-21 maggio) / Velo-City Lipsia (9-12 maggio) / Italian Bike Festival Misano (15-17 settembre)</p> <p>Partecipazione con stand di 100 mq e Apt a Bike Festival Garda Trentino (28 aprile-1 maggio)</p>

**PROGETTO: Fiera Vakantiebeurs**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht rivolta a trade e pubblico.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Stand Trentino do 60mq con partecipazione di Skirama, APT Val di Fiemme, APT San Martino, APT Val di Fassa, APT Garda Trentino + Garda Unico e APT Valsugana.</p>

**PROGETTO: Fiere DACH B2C Mondo**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alle fiere B2C previste per il mercato DACH: CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg, T&C Lipsia	Azione effettuata. CMT Stoccarda (14 – 22 gennaio), Oohh Reisen Amburgo (8 – 12 febbraio), Free Monaco di Baviera (22-26 febbraio), Freizeit Norimberga (22-26 marzo), T&C Lipsia (22-26 novembre).

**PROGETTO: Altre fiere B2C NL**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Fiets en Wandelbeurs – Utrecht per vacanza attiva/outdoor Bergsportdag - Utrecht per vacanza attiva/outdoor	Azione effettuata parzialmente. Fiets en Wandelbeurs (22-26 febbraio): effettuata. Stand 30 mq; partecipazione di Skirama, APT Val di Fiemme, APT Smart, APT Fassa, APT Garda Trentino, APT Valsugana. NKBV Bergsportdag: fiera annullata dall'ente fiera per problemi logistici interni.

**PROGETTO: Skipass**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Si tiene annualmente a Modena ad inizio novembre. E' l'appuntamento fieristico nazionale (B2C - B2B) di riferimento nel mondo degli sport invernali.	Azione effettuata. Spazio Trentino all'interno della FIERA SKIPASS Modena dal 27 ottobre al 29 ottobre 2023. Stand 18x14 all'interno del padiglione A di 252 mq Compartecipazione di 8 Apt rappresentanti l'offerta turistica e dei comprensori sciistici (Superski Dolomiti - Trentino e Skirama). Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvolgimento diretto del pubblico.

**PROGETTO: Meeting Rimini**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Il Meeting di Rimini è da sempre è un evento molto ricco di appuntamenti, convegni che toccano temi di attualità dall'economia, alla scienza, all'istruzione al sociale. All'interno del Meeting vengono inoltre organizzate molte mostre.	Azione effettuata. Partecipazione alla 44a edizione del Meeting di Rimini dal 20 al 25 agosto 2023 con titolo "L'esistenza umana è un'amicizia inesauribile" con uno stand istituzionale di ca. 250 mq orientato alla promozione dell'offerta turistica invernale con focus sul prodotto famiglia. Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvolgimento diretto del pubblico.

**PROGETTO: DSLV, DAV Summit Club**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partnership con DSLV  Partnership con DAV SC	Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): si è conclusa la collaborazione. Il contratto non è stato rinnovato.  Partnership con DAV SC: consuete attività previste dalla partnership.

**PROGETTO: SITN**

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

**PROGETTO: Altre collaborazioni e varie**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Collaborazione con Peter Schlickenrieder</p> <p>Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMST.</p> <p>Partnership Atta, Etoa, Alpnet, Deutsch Bahn (summer &amp; winter rail) e DSS (per inverno 22/23)</p>	<p>La collaborazione 2023 con Peter Schlickenrieder si è realizzata attraverso la presenza come testimonial del Trentino su materiale stampa, TV, blog, Meet &amp; Greet, eventi. Schlickenrieder ha inoltre collaborato come opinion leader e testimonial durante i eventi sul territorio ed effettuerà promozione attraverso video e fotografie anche sui suoi canali social. Tra gli eventi che hanno visto la sua partecipazione segnaliamo: 1. eMobility Holiday (maggio 2023), 2. Topdolomites Cycling Race(2-4 giugno), 3. Marcialonga cycling (28 maggio), 4. promozione di "World Wellness Weekend" (settembre 2023), 5. Fiemme Langlaufcamp (dicembre 2023).</p> <p>Attività effettuate AMST</p> <p>Collaborazioni confermate. Oltre ad ETOA, ATTA, Alpnet siamo soci anche dell'associazione Mountain Trade Network (MTN)</p> <p>Partecipazione al progetto "SummerRail" sulla piattaforma di prenotazione <a href="http://www.summerrail.eu/">http://www.summerrail.eu/</a> in cui vengono promossi 5 ambiti del Trentino, con descrizione dell'ambito, informazioni relative alla mobilità in ingresso e in loco, link di prenotazione collegati a Feratel per i singoli territori.</p> <p>Attività DSS confermata</p>

## h) Sostenibilità e sviluppo territoriale

### PROGETTO: Trentino Tree Agreement

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Tree Agreement è la raccolta fondi gestita dalla Provincia autonoma di Trento per ripristinare i boschi andati distrutti in seguito all'anomala ondata di maltempo di fine ottobre 2018. Il progetto è nato nel 2019 dal forte impulso dei residenti e dei privati che hanno vissuto l'evento come una vera e propria ferita e dalla volontà di riforestare le zone maggiormente colpite da questo evento estremo. Attraverso la donazione è possibile contribuire alla crescita di uno o più alberi che vengono piantati all'interno delle foreste demaniali.</p> <p>Così, da un pensiero che ha contraddistinto la collettività, è germogliato l'esercizio di sostenitori che sta contribuendo alla crescita di uno o più alberi piantati all'interno di tre foreste demaniali: Foresta dei Violini di Paneveggio (26,4 ettari), la Foresta dell'Eremo a San Martino di Castrozza (20,5 ettari) e la Foresta Nascosta di Cadino (25 ettari).</p> <p>Le donazioni sono impiegate in parte per la sistemazione del terreno, la costruzione dei recinti e in parte per la piantumazione delle nuove piante.</p> <p>Nel 2023 si mantengono gli obiettivi generali del progetto sviluppando maggiormente l'elemento narrativo della sostenibilità ambientale.</p>	<p>L'attività è stata realizzata.</p> <p>Il sito viene costantemente aggiornato nei contenuti e, mensilmente, viene pubblicato un articolo illustrativo. Viene inviata periodicamente la newsletter a tutti gli utenti.</p> <p>Le donazioni nel 2023 sono state 140 ed i fondi raccolti sono stati circa € 19.500. Si sono svolte 7 visite per i donatori con circa 70 persone ed è stata organizzata 1 visita ad hoc per aziende.</p>

### PROGETTO: Gruppo sostenibilità APT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Sviluppo di analisi volto alla ideazione di progetti in tema di sostenibilità.</p> <p>Il progetto coinvolge un gruppo di 6 APT che hanno già sviluppato progetti in temi di sostenibilità: APT San Martino di Castrozza, Passo Rolle, APT Valli di Sole, Peio e Rabbi, APT Dolomiti Paganella, APT Alpe Cimbra, APT Madonna di Campiglio, APT Valsugana.</p> <p>Nel gruppo sono stati inseriti i referenti delle associazioni di categoria: UNAT, Confcommercio e ASAT.</p> <p>Trentino Marketing ha svolto un'indagine complementare a quella svolta nel 2022 (Mappatura best practices già esistenti e consolidate nelle APT) in tema di sostenibilità per ottenere la matrice di materialità con questionari verso turisti ed operatori. L'indagine è stata condotta sottoponendo un questionario composto da 11 domande. In totale, sono stati ricevuti 641 questionari compilati dai turisti e 172 questionari compilati dagli operatori.</p>	<p>Attività realizzata.</p> <p>Avvio di un programma condiviso con il territorio per: aumentare la comunicazione di storie reali e positive che parlino di sostenibilità in Trentino / favorire la sensibilizzazione a temi trattati marginalmente come l'ospitalità accessibile e la mobilità alternativa / ideare un progetto a partire dalla presenza sul territorio di esperienze interessanti, uniche e identitarie da espandere sul territorio / elaborazione di un questionario da somministrare a turisti e strutture ricettive dei 12 ambiti e relativa reportistica finalizzata allo sviluppo di un'idea progettuale.</p> <p>E' in fase di elaborazione una nuova fase con la proposta di estendere a tutti gli ambiti la certificazione GSTC.</p>

**PROGETTO: Task Force**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gruppo per sensibilizzazione e divulgazione informazioni in tema di sostenibilità e di orientamento.	Condivisione idee progettuali. Monitoraggio "Giretto d'Italia!"

**PROGETTO: Superpark**

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

**PROGETTO: Festival dell'economia 2023**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Trentino ha avviato un percorso di responsabilità sociale (si veda la Strategia Provinciale per lo Sviluppo Sostenibile) per rendere meno impattanti dal punto di vista ambientale, economico e sociale le presenze turistiche sul territorio, anche in occasione dei grandi eventi. Si tratta di un processo che coinvolge le istituzioni pubbliche, le associazioni turistiche, tutte le categorie economiche e che necessita dell'impegno dell'intera comunità.</p> <p>Trentino Marketing ha avviato un percorso di certificazione ISO 20121:2012, standard di gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi. Il sistema di gestione dell'evento Festival dell'Economia 2023 è stato valutato a norma ed è stato emesso il certificato di conformità.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Ottenuta la certificazione ISO 20121: 2012 del festival dell'Economia 2023.</p>



**PROGETTO: DOTS - Design dell'offerta turistica sostenibile**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Percorso di formazione nelle scuole ad indirizzo turistico.</p> <p>Trentino Marketing e Gardascuola si sono impegnati a promuovere iniziative tendenti a costruire un più stretto e continuativo rapporto tra di loro, coinvolgendo opportunamente le proprie risorse professionali con gli obiettivi di rafforzare la collaborazione promuovendo una progettualità innovativa condivisa, promuovere negli studenti una migliore conoscenza della realtà economico-turistica del territorio, diffondere l'interesse verso la cultura di un turismo sostenibile, avanzato e attento alle dinamiche nazionali e internazionali, stimolare negli studenti la capacità di azione in ottica di valorizzazione delle potenzialità e propensioni personali e promuovere lo spirito di iniziativa e di innovazione, anche in funzione della creazione d'impresa.</p> <p>Gli obiettivi di cui sopra vengono perseguiti attraverso la definizione di un'apposita programmazione specifica per definire strumenti opportunamente adattabili e personalizzabili affinché gli obiettivi possano essere raggiunti. In particolare, il corso di formazione "Design dell'offerta turistica sostenibile" si pone come obiettivo la formazione di operatori esperti nell'ideazione, progettazione, gestione e sviluppo di prodotti turistici integrati e sostenibili.</p>	<p>L'azione è stata svolta.</p> <p>Sono stati organizzati 7 incontri, tra novembre e maggio, che hanno visto coinvolti i docenti, esperti del MUSE, dell'APPA, di STEP e alcuni professionisti del territorio in rappresentanza degli operatori del territorio. I ragazzi hanno anche partecipato ad una Tavola rotonda all'interno del palinsesto principale del Festival dell'Economia 2023.</p> <p>L'intento è quello di rispondere alla crescente richiesta da parte dell'intera filiera turistica di inserimento di nuovi professionisti del turismo in grado di supportare la crescita e l'innovazione del settore alla luce delle istanze che emergono tanto dal cambiamento delle regole del gioco quanto dalle tendenze che stanno prendendo sempre più piede nel mondo produttivo, nella società e nell'ambiente.</p>

**PROGETTO: Trentino per tutti**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>“Trentino per tutti” è un progetto della Provincia autonoma di Trento vincitore di un bando promosso dal Ministero per la disabilità. Il progetto vuole promuovere e rendere concrete le condizioni che favoriscono l'accessibilità turistica in Trentino. Le principali azioni di intervento, infatti, sono: certificazione di accessibilità delle strutture ricettive e delle organizzazioni territoriali tramite Marchio Open, supporto allo sviluppo di prodotti e servizi turistici accessibili tramite un concorso di idee , azioni di comunicazione e promo-commercializzazione per incontrare la domanda turistica di riferimento.</p> <p>In capo a TM ci sono tutte le azioni legate alla comunicazione tramite integrazione delle informazioni sul sito <a href="http://visittrentino.info">visittrentino.info</a> e relativi canali social</p>	<p>Nel 2023 sono state svolte attività relative a I Suoni delle Dolomiti Accessibili, realizzazione di shooting cultura accessibile, pubblicazione articoli su <a href="http://visittrentino.info">visittrentino.info</a> e post social su Facebook e Instagram</p>

## i) Sponsorizzazioni ed eventi sportivi

### PROGETTO: Federazioni

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni italiane e internazionali sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento"</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti sia durante il raduno che durante tutto l'anno contrattuale</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali della Federazione</li> <li>- sfruttamento delle occasioni pubbliche, es. conferenze stampa, presentazione squadra, interviste ecc., per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR</li> <li>- sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti in generale come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale, all'interno di ciò che è contrattualmente autorizzato</li> <li>- stretta interazione con le Federazioni e le APT interessate dalla partnership per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento dei ritiri sul territorio</li> <li>- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Le Federazioni che hanno svolto il raduno in Trentino e con le quali sono state attuate partnership sportive sono: Federazione Ginnastica d'Italia, Federazione Italiana Orientamento, Federazione Italiana Triathlon, Federazione italiana Rugby, Federazione arrampicata italiana, Federazione italiana pallavolo, Federazione italiana pallacanestro, Norway Ski Team, US Ski Team</p> <p>I raduni delle Squadre Nazionali delle Federazioni sponsorizzate si sono regolarmente svolte nelle località definite.</p> <p>In queste occasioni si è potuto da seguito a tutte le azioni previste contrattualmente al fine di sfruttare i diritti promo-pubblicitari definiti. In particolari i vari accordi hanno consentito il consolidamento delle diversi sedi di raduno, anno dopo anno, quali mete privilegiate e conosciute all'interno del mondo sportivo di quella specifica disciplina, grazie proprio alla presenza in questi luoghi dei maggiori esponenti italiani. Si sono pianificate interviste con gli atleti con i media nazionali realizzate in ambienti esterni per valorizzazione e promuovere il territorio. Grazie ad una pianificazione preventiva, durante i raduni si sono organizzate diverse attività sul territorio. Queste sono state documentate per i canali della Federazione stessa e risultate utili per immagini di copertura nei servizi TV e Web dedicati al ritiro. Si sottolinea infine un lavoro congiunto con le APT di ambito al fine di garantire un livello adeguato di ospitalità e di servizi sul territorio, e per un allestimento in logo utile alla promozione del logo Trentino e del territorio stesso.</p>

**PROGETTO: Club calcistici**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Club calcistici sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento"</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti sia durante il raduno che durante tutto l'anno contrattuale</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali del Club</li> <li>- sfruttamento delle occasioni pubbliche, es. conferenze stampa, presentazione squadra, interviste ecc., per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR</li> <li>- sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti in generale come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale, all'interno di ciò che è contrattualmente autorizzato</li> <li>- stretta interazione con i Club e le APT interessate dalla partnership per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento dei ritiri sul territorio</li> <li>- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport</li> <li>- supporto alla pianificazione di tornei e partite amichevoli tra Club calcistici presenti sul territorio</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>I Club che hanno svolto il raduno in Trentino e con i quali, direttamente o per il tramite di APT, sono state attuate partnership sportive sono: Napoli Calcio, Genoa, Torino, Hellas Verona, Lecce.</p> <p>Per quanto riguarda le partnership con Napoli Calcio e Genoa le iniziative sono state realizzate ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione tra PAT e TS.</p> <p>I raduni del Club calcistici si sono regolarmente svolte nelle località definite.</p> <p>In queste occasioni si è potuto da seguito a tutte le azioni previste contrattualmente al fine di sfruttare i diritti promo-pubblicitari definiti. In particolari i vari accordi hanno consentito il consolidamento delle diversi sedi di raduno, anno dopo anno, quali mete privilegiate per il nutrito pubblico appassionato di calcio, grazie proprio alla presenza in questi luoghi dei maggiori esponenti dei Club calcistici più rinomati. Si sono pianificate interviste con i calciatori con i media nazionali realizzate in ambienti esterni per valorizzazione e promozione del territorio. Grazie ad una pianificazione preventiva, durante i raduni si sono organizzate diverse attività sul territorio. Queste sono state documentate per i canali dei Club stessi e risultate utili per immagini di copertura nei servizi TV e Web dedicati al ritiro. Si sottolinea infine un lavoro congiunto con le APT di ambito al fine di garantire un livello adeguato di ospitalità e di servizi sul territorio, e per un allestimento in logo utile alla promozione del logo Trentino e del territorio stesso.</p> <p>Si segnala in particolare l'attività di sfruttamento dell'immagine dei giocatori del Napoli Calcio contestualmente al momento di massima visibilità degli stessi - vittoria del Campionato italiano di calcio - attraverso la realizzazione di clip digitali di promozione del territorio trentino e della Val di Sole.</p> <p>Oltre ai Club indicati hanno svolto il loro raduno in Trentino, forti di poter trovare le migliori condizioni per lo svolgimento del raduno: Inter Femminile, Milan femminile, Cremonese, Modena, Cittadella, Palermo, Feralpi Salò, Como femminile, Virtus Verona, Spal.</p>

**PROGETTO: Sponsorizzazione squadre trentine**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni nell'ambito delle partnership con squadre trentine direttamente definite da Trentino Marketing, sono volte a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- associare il marchio Trentino all'immagine positiva del soggetto sponsorizzato</li> <li>- massimizzare la visibilità del territorio e del brand Trentino, attraverso TV, stampa e nuovi media</li> <li>- promuovere il Trentino come destinazione turistica attiva, pubblicizzando una destinazione capace di offrire numerose attività sportive all'aria aperta</li> </ul>	<p>Le azioni sono state realizzate ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS</p> <p>Le squadre sono Aquila Basket, Trentino Volley, Trentino Volley Rosa, Hockey Fassa e Trento Calcio</p> <p>Questo gruppo di squadre sponsorizzate fungono da cassa di risonanza dei messaggi, dei valori, del brand e del territorio trentino, fungono infatti da vero e proprio media attraverso cui diffondere il Trentino sportivo e attrattivo. Inoltre, la caratura ed il posizionamento-riconoscibilità nazionale ed internazionale degli stessi ha consentito il posizionamento della loro immagini in servizi e coperture di media nazionali, riuscendo in questo modo a diffondere il messaggio non solo alla loro audience verticale, ma ad un pubblico generalista.</p>

**PROGETTO: Sponsorizzazioni atleti e squadre "Fondo sport"**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl, svolte a seguito della sottoscrizione di una apposita Convenzione con la PAT, nell'ambito delle partnership con atleti e squadre trentine definite nell'ambito della Commissione Sport sono volte a, come definito dalle "linee guida":</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dare seguito alla procedura prevista per le analisi e le valutazioni delle domande pervenute</li> <li>- associare il marchio Trentino all'immagine positiva del soggetto sponsorizzato</li> <li>- massimizzare la visibilità del territorio e del brand Trentino, attraverso TV, stampa e nuovi media</li> <li>- promuovere il Trentino come destinazione turistica attiva, pubblicizzando una destinazione capace di offrire numerose attività sportive all'aria aperta</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate, in conformità a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT e TS. Gli atleti e le squadre più mediaticamente rilevanti contrattualizzate attraverso la procedura sono: Ludovico Fossali, Gianluca Pozzatti, Letizia Borghesi, Eleonora Farina, Pietro Sighel, Emil Zulian, Lucrezia Fantelli, Veronica Gianmoena etc...</p> <p>La procedura prevede l'acquisizione da parte del Team Sport delle richieste di sponsorizzazione di atleti e squadre e la loro analisi al fine di predisporre le schede informative da sottoporre alla commissione preposta per la valutazione. Il Team Sport provvede alla stipula dei relativi contratti delle domande accolte ed alla successiva valorizzazione degli stessi durante la stagione sportiva. Si procede poi con la valorizzazione e sfruttamento dei diritti acquisiti, sia legati allo sfruttamento dell'immagine degli atleti - squadre sia attraverso il posizionamento del brand Trentino in modalità mediaticamente rilevante.</p>

**PROGETTO: Sponsorizzazioni atleti "Ambassador"**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni svolte nell'ambito delle partnership con atleti trentini direttamente definite da Trentino Marketing, sono volte a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- associare il marchio Trentino all'immagine positiva del soggetto sponsorizzato</li> <li>- massimizzare la visibilità del territorio e del brand Trentino, attraverso TV, stampa e nuovi media</li> <li>- promuovere il Trentino come destinazione turistica attiva, pubblicizzando una destinazione capace di offrire numerose attività sportive all'aria aperta</li> </ul>	<p>Le azioni sono state realizzate. Gli ambassador sponsorizzati da Trentino Marketing sono: Yemaneberhan Crippa, Ruggero Tita, Stefano Ghisolfi, Laura Rogorà, Giacomo Bertagnolli, Nadia Batocletti, Niccolò Renna.</p> <p>Questo gruppo di atleti sponsorizzati fungono da cassa di risonanza dei messaggi, dei valori, del brand e del territorio trentino, fungono infatti da vero e proprio media attraverso cui diffondere il Trentino sportivo e attrattivo. Inoltre, la caratura ed il posizionamento-riconoscibilità nazionale ed internazionale degli stessi ha consentito il posizionamento della loro immagini in servizi e coperture di media nazionali, riuscendo in questo modo a diffondere il messaggio non solo alla loro audience verticale, ma ad un pubblico generalista.</p>

**PROGETTO: Eventi: Ducati in pista - Calcio Mercato**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>L'evento "Ducati in pista" rappresenta il momento di presentazione a livello internazionale dei team ufficiali 2023 di MotoGP e Superbike.</p> <p>L'evento "Calciomercato - L'Originale" è un prodotto televisivo di Sky che porta sul territorio due contenitori (uno in inverno e uno in estate) di approfondimento giornalistico delle news legate al calciomercato. Il Trentino diventa uno "studio" naturale dove ospitare le dirette TV, servizi nei notiziari etc.</p> <p>Le azioni sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitanti l'evento</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari</li> <li>- sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR</li> <li>- stretta interazione con le APT</li> </ul>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>In particolare si segnala la portata mediatica dei due progetti, che hanno consentito la promozione del marchio Trentino e del territorio al grande pubblico di SKY per la trasmissione "Calcio Mercato" e di tutti i media presenti a "Ducati in pista". Due progetti che hanno permesso inoltre di parlare ampiamente del territorio, di mostrare esperienze turistiche che possono essere fatte, di far parlare esponenti del territorio e di mostrare il territorio stesso.</p>

**PROGETTO: Eventi sportivi**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni nell'ambito degli eventi sportivi direttamente sponsorizzati sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitanti l'evento</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali degli organizzatori dell'evento</li> <li>- sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR</li> <li>- sfruttamento delle immagini dell'evento a livello nazionale ed internazionale per testimoniare un Trentino sportivo, all'interno di ciò che è contrattualmente autorizzato</li> <li>- stretta interazione con le APT interessate dalla partnership per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento degli eventi</li> <li>- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport</li> </ul>	<p>Le azioni sono state realizzate. Gli eventi sportivi più rilevanti organizzati sul territorio direttamente sponsorizzati da Trentino Marketing sono: Giro d'Italia, Tour of the Alps e Campionati italiani di ciclismo in linea e a cronometro</p> <p>Gli eventi sono stati organizzati da Comitati organizzatori e TM quale partner dell'evento è riuscita a mettere a terra le azioni previste, al fine di promuovere il marchio trentino ed il territorio attraverso i media presenti in loco. Il ciclismo, più di ogni altra disciplina, consente la diffusione non solo del marchio trentino.</p>

**PROGETTO: Altri eventi sportivi ed allestimenti**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, partnership e attività di carattere turistico e di interesse per Trentino Marketing, e azioni volte alla migliore valorizzazione delle stesse.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sponsorizzazione Winter World Master Games ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- sponsorizzazione Coppa del Mondo 3Tre di Madonna di Campiglio ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- Partnership per le Finali nazionali dei campionati studenteschi relativi alle discipline Sci Alpino e Snowboard ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- Sponsorizzazione Coppa del Mondo UCI ciclocross a Vermiglio ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- sponsorizzazione Torneo internazionale tennis Città di Rovereto ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- sponsorizzazione 37° Campionato italiano vigili del fuoco ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- partnership raduno sezionale Trento Gruppo Alpini Borgo Valsugana ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS;</li> <li>- produzione di materiali di visibilità Trentino per Federazioni, Club, eventi, atleti e squadre (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch-cappellini)</li> <li>- materiali e brandizzazioni ad hoc per i Centri del Fondo</li> <li>- partnership per la realizzazione della Coppa del mondo di windsurf;</li> <li>- partnership con MEG Srl Milano dell'iniziativa Sissi Christmas Square a Campiglio. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della COncvenzione PAT/TS;</li> <li>- materiale promozionale (abbigliamento sportivo) per studenti e studentesse trentine in occasione della manifestazione scolastica internazionale di Rio di Janeiro. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</li> </ul>

**PROGETTO: Eventi sportivi - L.P. 8 articolo 13bis**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito degli eventi sportivi sostenuti attraverso il contributo provinciale sulla base dei parametri della LP 8 articolo 13 bis sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitante l'evento, nelle modalità eventualmente definire in sinergia con i Comitati organizzatori e con il territorio</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nella domanda di contributo, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti</li> <li>- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nella domanda di contributo, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali degli organizzatori dell'evento</li> <li>- sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR</li> <li>- sfruttamento delle immagini dell'evento a livello nazionale ed internazionale per testimoniare un Trentino sportivo, all'interno di ciò che è autorizzato</li> <li>- stretta interazione con le APT interessate dallo svolgimento dell'evento per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento degli eventi</li> <li>- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport</li> </ul>	<p>Le azioni sono state realizzate.</p> <p>In particolare gli eventi che hanno goduto del contributo provinciale con i cui Comitati Organizzatori si è dialogato per la messa a terra delle azioni sono: FIS Tour de Ski/ Coppa del mondo sci di fondo, Ciaspolada, Margialonga di Fiemme e Fassa, Grand Premio di MX, Top Dolomites, Enduro World Series, Rock Master, Palio della Quercia, Finali Coppa del Mondo MTB, X-Terra Finali Mondiali Cross Triathlon, Trento Half Marathon, Coppa del Mondo UCI Ciclocross, Coppa del Mondo sci alpino 3Tre</p> <p>Gli eventi sono stati organizzati da Comitati organizzatori e TM ha dialogato con stessi per l'utilizzo corretto del marchio Trentino, con finalità promozionali e mediatiche, nel rispetto ed in conformità di quanto dagli stessi proposto in sede di domanda del contributo.</p>

## j) Valorizzazione produzioni trentine

### PROGETTO: Promozione settore vitivinicolo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
1. Prowein 2. Vinitaly 3. Trentodoc Festival 4. Manifestazioni Enologiche	Attività realizzate. 1. Prowein: Dusseldorf dal 19 al 21 marzo. Supporto al Consorzio Vini per l'allestimento dello spazio Trentino situato all'interno della Halle 15, con un'area complessiva superiore ai 300 mq e la presenza di 15 cantine e distillerie. 2. Vinitaly: Verona dal 2 al 5 aprile. Collaborazione con Consorzio Vini del Trentino per la visibilità del marchio Trentino ed allestimento di uno spazio per la promozione dell'enoturismo trentino, in collaborazione con le 3 Strade del Vino e dei sapori del Trentino. Promozione del Trentodoc Festival. 3. Trentodoc Festival: Trento dal 22 al 24 settembre. Organizzazione della seconda edizione del Trentooc Festival realizzato in collaborazione con Istituto Trento DOC e con Corriere della Sera RCS Group e con il coinvolgimento degli esercenti della città e delle zone limitrofe. La manifestazione ha coinvolto il nostro impegno nel coordinamento generale e nella realizzazione di 14 Trentodoc Tastings / 6 Sparkling Stories / 9 Wine Talks / 6 Cooking Tales / 70 appuntamenti nelle case spumantistiche. 4. Manifestazioni Enologiche. Progetti di comarketing per la visibilità del marchio territoriale alle manifestazioni enologiche definite dalla PAT. Attività coordinata dalla Strada del Vino e dei Sapori.

### PROGETTO: Promozione settore frutticolo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
1. Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale. 2. Fruit Attraction Madrid 2-5 ottobre 3. Prognosfruit Val di Non, 2-4 agosto	1. Attività effettuata. Fruit Logistica Berlino dal 8 al 10 febbraio. Partecipazione con uno spazio coordinato Trentino situato all'interno della Halle 4, con un'area complessiva di 315 mq e con la presenza di APOT, Melinda, La Trentina la Cooperativa Sant'Orsola. 2. Supporto al Consorzio Melinda per la personalizzazione dello stand 3. Supporto ad Apot nell'organizzazione di Prognosfruit

### PROGETTO: Eventi enogastronomici

AZIONI	RENDICONTAZIONE
1. Albe in Malga: nei mesi estivi, da giugno a settembre, appuntamenti in calendario nelle malghe di tutta la provincia, il turista potrà assistere e partecipare al rito della mungitura, osservare come si producono i formaggi d'alpeggio e imparare come si vive in malga. 2. Trentino Skisunrise: la proposta prevede una sciata alle prime luci del giorno sulle piste appena battute dai gatti abbinata ad una ricca colazione con lo scopo di aumentare la presenza di prodotti locali e trentini nei rifugi collocati sulle piste, promuovendo i prodotti del territorio.	Le attività sono state realizzate. 1. L'attività Albe in Malga nel corso dell'anno 2023 sono state realizzate in collaborazione con Apt e le tre Strade. Le attività, svolte durante il periodo estivo su tutto il territorio sono state 48. 2. Le iniziative di Trentino Ski Sunrise (TSS) sono state effettuate in collaborazione con Apt, Consorzi turistici, le tre Strade, operatori delle strutture ricettive, produttori, guide alpine ed accompagnatori di territorio. L'investimento sostenuto da Trentino Marketing ha riguardato la realizzazione della grafica coordinata per i materiali informativi degli eventi e l'attività di comunicazione. Gli appuntamenti svoltidurnate l'inverono sono stati 24.

**PROGETTO: Strade del vino**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
1. Implementazione ed evolutive sito Tastetrentino.it 2. Evento Dolomiti d'Autunno	Le attività previste sono state realizzate. 1. Implementazioni ed evolutive concordate con ufficio Digital Technology sia dal punto di vista front-end, sia dal punto di vista back-end. 2. L'evento realizzato in collaborazione con Strada dei Formaggi ed Apt Val di fassa prevedeva esperienze in quota in Val di Fassa e Primiero dal 16 settembre al 29 ottobre. 5 settimane, 14 rifugi, per vivere e gustare il sapore più autentico delle Dolomiti di Fassa. 3. Coordinamento del tavolo di pianificazione attività dell'offerta enogastronomica delle 3 associazioni

**PROGETTO: Artigiano in fiera**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Organizzazione di uno spazio trentino all'interno di una delle più importanti ed ampie fiere dedicate al mondo dell'artigianato. Coordinamento delle 3 aree dedicate al Food, all'artigianato trentino ed alla promozione turistica.	L'attività è stata realizzata. La fiera si è tenuta a Rho dal 2 al 10 dicembre. All'interno di uno spazio di 1.300 metri quadri erano presenti 32 aziende espositrici, Apot, Melinda, Astro, Gruppo formaggi del Trentino, Istituto Tutela Grappa del Trentino e l'Osteria Tipica Trentina. Inoltre sono stati realizzati nel corso delle giornate di fiera dei momenti di animazione coinvolgendo la Federazione Cori del Trentino che ha individuato 5 cori che hanno eseguito delle performance canore in alcune giornate della fiera. Attività di animazione della All'interno dell'area turistica istituzionale erano presenti anche i Consorzi Skirama e Dolomiti Super Ski per la promozione della stagione invernale.

**PROGETTO: Marchio di qualità**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
1. www.trentinoqualita.it	Attività concluse: 1. Costante aggiornamento di contenuti e informazioni sul portale dedicato al marchio Qualità Trentino.

**PROGETTO: Progetto Alpeggio**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Coordinamento del gruppo di lavoro istituzionale sulla filiera di malga	Su indicazione della PAT, stesura di un progetto dedicato alla valorizzazione dell'alpeggio trentino.



**PROGETTO: Altre attività**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>1. Attività di promozione delle produzioni Trentine non classificabili in progetti specifici facendo sempre riferimento ai principali settori del comparto agroalimentare, frutticolo, caseario e vitivinicolo anche legato al mondo della ricettività e ristorazione.</p> <p>2. Trentino Barbecue</p> <p>3. Festival della Polenta (1 ottobre)</p> <p>4. Speciali Tv Areali</p> <p>5. Seafood Expo Barcellona (25-27 aprile)</p> <p>6. Cheese, Bra (15-18 settembre)</p> <p>7. Salone del Libro, Torino (18-22 maggio)</p> <p>8. Autumnus, Trento (19-22 ottobre)</p>	<p>Attività realizzate.</p> <p>1. Sono state effettuate delle azioni di promozione delle produzioni trentine che non rientrano in specifici progetti, quali la comunicazione specifica verso il settore agroalimentare (ospitalità trasmissioni TV). In particolare, realizzazione di 5 puntate di Melaverde.</p> <p>2. Realizzazione di un fitto calendario. Da giugno a ottobre 8 Macellerie di montagna sono state protagoniste in 11 ristoranti per un totale di 61 eventi per dare risalto alla carne trentina ed alla professionalità dei macellai.</p> <p>3. Supporto all'organizzazione, realizzazione di materiale informativo e di allestimento.</p> <p>4. Per promuovere il mondo delle produzioni del Trentino sotto diversi punti di vista, sono state attivate delle collaborazioni con le TV Areali per la realizzazione di speciali dedicati al mondo delle malghe, dell'agricoltura e delle produzioni sostenibili del Trentino.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Malghe e Stalle (Trentino TV)</li> <li>- Buona Agricoltura (Trentino TV)</li> <li>- A come Alpi (Rtrr)</li> </ul> <p>5. Seafood Expo Supporto a Astro nella partecipazione all'evento dedicato al settore ittico attraverso la personalizzazione dello stand</p> <p>6. Cheese collaborazione con Slow Food Italia e Trentino per l'organizzazione della presenza trentina alla manifestazione. Organizzati incontri di presentazione e degustazione delle produzioni di montagna</p> <p>7. Salone del Libro Organizzati 5 incontri con i comparti dell'agroalimentare trentino</p> <p>8. Supporto all'organizzaione e alla selezione degli espositori della manifestazione.</p>

**PROGETTO: Comarketing**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comarketing per aumentare il connubio tra marchio territoriale e prodotti di eccellenza del Trentino con Melinda e Trentingrana</p>	<p>L'attività non è stata realizzata ma posticipata al 2024.</p>

**PROGETTO: Carta dei valori della ristorazione**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto di comunicazione che esprima i valori della gastronomia territoriale attraverso un nuovo racconto, per far conoscere l'attuale cucina trentina e il mondo agroalimentare attraverso una modalità innovativa ed accattivante.</p>	<p>Su indicazione della PAT, predisposizione di un progetto che punti alla valorizzazione e crescita specifica degli operatori, sulla qualità e sull'eccellenza della proposta della cucina trentina.</p>

**PROGETTO: Enoturismo e Agriturismo**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comunicazione enoturismo e agriturismo</p>	<p>In sinergia con l'Area Comunicazione di TM è stato realizzato un piano di comunicazione dedicato a questi settori</p>

**PROGETTO: Ospitalità**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gestione e coordinamento delle aree ospitalità di eventi e fiere organizzate da Trentino Marketing	Festival dell'Economia e dello Sport - Organizzazione dell'area ospitalità presso palazzo roccabruna con il coinvolgimento degli chef del gruppo Trentino Food Tales Definizione e rapporti con i fornitori esterni per l'organizzazione dell'ospitalità di: ITB Berlino, Meeting Rimini / Skipass / TTG / GoodBuy Trentino /Wired Next

**PROGETTO: Progetto Scuola**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Progetto realizzato insieme all'Assessorato all'Agricoltura volto a sensibilizzare il mondo scolastico sulle tematiche relative all'agricoltura.	Coinvolte 28 scuole primarie del Trentino per un totale di 54 classi e circa 1.000 studenti. Predisposizione di un quaderno didattico volto a spiegare ai bambini delle prime tre classi primarie il mondo dell'agricoltura e i prodotti del territorio.

## k) Promozione sistema culturale

### PROGETTO: Trentino Orienta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Trentino Orienta è la fiera che consente ai ragazzi che sono in procinto di iscriversi agli Istituti Superiori di conoscere tutta l'offerta formativa della Provincia di Trento	Il progetto è stato realizzato. In particolare: organizzazione del Festival "Trentino Orienta" presso Trento Fiere, promosso dall'assessorato all'istruzione, università e cultura, finalizzato alla presentazione dell'offerta scolastica trentina degli Istituti Superiori. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.

### PROGETTO: Altre iniziative culturali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Azioni in cui si inseriscono partnership di interesse per Trentino Marketing.	<p>Accordo con Vision per partnership relativa alla Conferenza delle Dolomiti sulla governance globale del Cambiamento climatico. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p> <p>Partnership con Consorzio Riva in Centro per la promozione artistico culturale di Riva del Garda. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p> <p>Organizzazione e presidio dello stand Trentino in occasione del Festival delle Regioni di Torino dal 30 settembre al 2 ottobre 2023, promosso dal Servizio relazioni esterne della Provincia Autonoma di Trento. Si è dato seguito a questo iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p> <p>Organizzazione e presidio dello stand Trentino in occasione della Borsa Mediterranea del turismo archeologico di Paestum dal 2 al 5 novembre 2023, promosso dalla Soprintendenza per i Beni Culturali della Provincia Autonoma di Trento ai sensi dell'art. 7 comma 4 della CONvenzione PAT/TS</p> <p>Partnership con Bande in vetta , iniziativa culturale e di intrattenimento in quota a cura della Federazione Corpi Bandistici, in collaborazione con l'Associazione Gestori dei Rifugi</p> <p>Partnership per "Residenza d'artista sullo Stivo".</p>

### PROGETTO: MART

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Promozione specifica delle mostre del Mart	<p>L'attività è stata eseguita.</p> <p>È stato dato supporto al Mart pubblicando articoli ad hoc sulle mostre principali, promuovendo le attività all'interno della comunicazione organica di Trentino Marketing e dando puntuali suggestioni alle testate nazionali attraverso comunicati e suggerimenti personalizzati.</p> <p>Sono stati realizzati articoli ad hoc e campagne promozionali per le seguenti mostre:</p> <p>Mostra Durer: investimenti effettuati sui principali testate stampa e circuito Team radio nazionali;</p> <p>Mostra Klimt: investimento sui principali mezzi stampa e affissioni nelle principali testate del nord est (Bergamo, Bolzano, Merano Bressanone, Brescia, Mantova, Treviso, Udine, Pordenone, Rovigo, Padova, Verona e Vincenza).</p>

## I) Sviluppo progetti interregionali

### PROGETTO: Garda Unico

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

## m) Interventi per specifici ambiti territoriali

### PROGETTO: Promozione ambito San Martino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Hellas Verona	<p>L'azione è stata regolarmente svolta.</p> <p>E' stato stipulato un contratto con Dolomiti Sport Event, detentore dei diritti di comunicazione di Hellas Verona, che ha permesso lo svolgimento del raduno estivo sul territorio trentino e dell'APT San Martino, e di fruire di un pacchetto di visibilità a livello nazionale e internazionale.</p> <p>Nello specifico si è acquisita visibilità a bordo campo, sul backdrop ufficiale interviste, campagne ADV con i giocatori, azioni social mirate alla promozione dei territori etc</p>

### PROGETTO: Promozione ambito Val di Fiemme

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Tour of the Alps	<p>L'azione è stata regolarmente svolta.</p> <p>E' stato previsto, attraverso EVTA Euregio Connect, l'organizzatore della gara GS ALTO GARDA un accordo che ha permesso di ospitare all'ambito 2 arrivi di tappa e 2 partenze di tappa, in particolare l'oggetto di questa azione si riferisce all'arrivo a Predazzo e alla partenza da Cavalese, con indotto diretto sul territorio, dato dalla permanenza della carovana (circa 700 persone) e di godere della grande visibilità mediatica a livello nazionale e internazionale che essa porta grazie soprattutto alle dirette televisive su importanti player nazionali e internazionale (in primis RAI e Eurosport).</p>

### PROGETTO: Promozione ambito Val di Fiemme

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Raduno Nazionale Pallavolo	<p>L'azione è stata regolarmente svolta.</p> <p>E' stato stipulato un contratto con FIPVA, che ha permesso lo svolgimento del raduno estivo sul territorio trentino e dell'APT Fiemme delle Nazionali Seniores femminili, e di fruire di un pacchetto di visibilità a livello nazionale e internazionale.</p> <p>Nello specifico si è acquisita visibilità in palestra, sul backdrop ufficiale interviste, campagne ADV con i giocatori, azioni social mirate alla promozione dei territori etc</p>

### PROGETTO: Promozione ambito Valsugana

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Giro d'Italia	<p>L'azione è stata regolarmente svolta.</p> <p>E' stato stipulato un contratto con RCS SPORT, detentore dell'evento GIRO d'ITALIA, che ha permesso lo svolgimento della partenza di tappa a Pergine Valsugana il 25 maggio 2023</p>

**PROGETTO: Promozione ambito Altipiani Cimbri**

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Liena verde "Sentieri"	Realizzazione per Raiuno "Linea Verde Sentieri" estate 2023 in particolare dell' Alpe Cimbra di una puntata da 25 ca minuti realizzato in collaborazione con il CAI - Club Alpino Italiano. La puntata è andata in onda il giorno 8 luglio.

**SEZIONE MARKETING**  
**(ART. 33 c. 1 lett. a bis) L.P. 6/1999)**

Bilancio al 31/12/2023

<b>Stato patrimoniale attivo</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2022</b>
<b>A) Crediti verso PAT per fondi impegnati</b>	<b>50.712.559</b>	<b>36.053.017</b>
<i>di cui crediti verso PAT per fondi futuri</i>	<i>50.712.559</i>	<i>35.306.226</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	166.899	102.272
- oltre l'esercizio	0	0
	166.899	102.272
5) Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti		
- entro l'esercizio	2.249.281	0
- oltre l'esercizio	0	0
	2.249.281	0
5 quater) Verso altri		
- entro l'esercizio	32.704	28.066
- oltre l'esercizio	0	0
	32.704	28.066
	2.448.884	130.338
<i>IV. Disponibilità liquide</i>		
1) Depositi bancari e postali	9.630.990	7.102.157
3) Denaro e valori in cassa	1.407	4.098
	9.632.397	7.106.255
<b>Totale attivo circolante</b>	<b>12.081.281</b>	<b>7.236.593</b>
<b>D) Ratei e risconti</b>	<b>148.039</b>	<b>122.187</b>
<b>Totale attivo</b>	<b>62.941.879</b>	<b>43.411.797</b>

**Stato patrimoniale passivo**
**31/12/2023**
**31/12/2022**
**A) Patrimonio netto**

I. Fondo – Sezione marketing		84.903.403	66.317.223
<i>VI. Altre riserve</i>			
Differenza da arrotondamento all'unità di Euro	(1)	(1)	(1)
		(1)	(1)
IX. Oneri di gestione dell'esercizio		(40.189.236)	(39.380.758)

**Totale patrimonio netto**
**44.714.166**
**26.936.464**
**B) Fondi per rischi e oneri**
**0**
**0**
**C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato**
**0**
**0**
**D) Debiti**
*6) Acconti*

- entro l'esercizio	41.308		2.000
- oltre l'esercizio	0		0
		41.308	2.000

*7) Verso fornitori*

- entro l'esercizio	9.998.937		10.844.135
- oltre l'esercizio	0		0
		9.998.937	10.844.135

*11 bis Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti*

- entro l'esercizio	7.737.104		4.779.458
- oltre l'esercizio	0		0
		7.737.104	4.779.458

*12) Tributari*

- entro l'esercizio	447.747		846.070
- oltre l'esercizio	0		0
		447.747	846.070

*13) Verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale*

- entro l'esercizio	2.617		0
- oltre l'esercizio	0		0
		2.617	0

**Totale debiti**
**18.227.713**
**16.471.663**
**E) Ratei e risconti**
**0**
**3.670**
**Totale passivo**
**62.941.879**
**43.411.797**



<b>Conto economico</b>	<b>31/12/2023</b>	<b>31/12/2022</b>
<b>A) Valore della produzione</b>		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.613.756	1.330.860
5) <i>Altri ricavi e proventi</i>		
a) Vari	<u>201.188</u>	<u>13.749</u>
	201.188	13.749
<b>Totale valore della produzione</b>	<b>1.814.944</b>	<b>1.344.609</b>
<b>B) Costi della produzione</b>		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	1.235.545	1.027.472
7) Per servizi	40.440.288	39.427.329
8) Per godimento di beni di terzi	343.103	200.628
10) <i>Ammortamenti e svalutazioni</i>		
d) Svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	<u>0</u>	<u>3.150</u>
	0	3.150
14) Oneri diversi di gestione	151.755	77.858
<b>Totale costi della produzione</b>	<b>42.170.691</b>	<b>40.736.437</b>
<b>Differenza tra valore e costi di produzione (A-B)</b>	<b>(40.355.747)</b>	<b>(39.391.828)</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>		
16) <i>Altri proventi finanziari</i>		
d) Proventi diversi dai precedenti altri	<u>166.830</u>	<u>11.885</u>
	166.830	11.885
17) <i>Interessi e altri oneri finanziari</i>		
altri	<u>16</u>	<u>10</u>
	16	10
17 bis) Utili e perdite su cambi	(303)	(805)
<b>Totale proventi e oneri finanziari</b>	<b>166.511</b>	<b>11.070</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>(40.189.236)</b>	<b>(39.380.758)</b>