

ALLEGATO C

**RENDICONTO GESTIONE
FONDO MARKETING
ART. 33 c.1 lettera A-bis L.P. 6/99**

RENDICONTO DELLA GESTIONE

**FONDO PER GLI INTERVENTI A SUPPORTO
DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE E TURISTICHE**

SEZIONE "FONDO MARKETING"

L.P. 6/99 art 33 comma 1 lettera a) bis

RELATIVA AL PERIODO
01 GENNAIO 2015 – 31 DICEMBRE 2015

Il presente rendiconto viene redatto ai sensi dell'art. 22 della convenzione unica sottoscritta in data 4 ottobre 2013 tra la società Trentino Sviluppo S.p.A. e la Provincia autonoma di Trento. Tale accordo disciplina le modalità operative di gestione dei fondi provinciali in capo alla società Trentino Sviluppo S.p.A. e tra questi il Fondo Marketing ed in ossequio ai principi contenuti nella convenzione unica il presente rendiconto finanziario richiama il principio "di cassa" e pertanto segue, nella sua formulazione, gli stessi schemi utilizzati nella rappresentazione della gestione degli altri fondi provinciali.

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

- | | |
|--|----------|
| A) Relazione illustrativa dell'attività svolta a commento delle voci esposte | Pag. A.1 |
| B) Elenco delle attività effettuate e riepilogo dei costi sostenuti | Pag. B.1 |
| C) Situazione degli apporti della provincia | Pag. C.1 |
| D) Eventuali rimborsi al fondo marketing versati a qualsiasi titolo | Pag. D.1 |
| E) Ammontare degli interessi accreditati | Pag. E.1 |
| F) Quadro di raffronto delle spese effettive sostenute | Pag. F.1 |

Si trasmette inoltre in allegato il file con il dettaglio analitico della movimentazione finanziaria del fondo relativa al periodo dal 01 gennaio 2015 al 31 dicembre 2015.

Rovereto, 25 febbraio 2016

trentino
marketing

SOCIETÀ PER IL TURISMO

RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITA' SVOLTA
GESTIONE FONDO MARKETING - ANNO 2015

Predisposta con la collaborazione del dott. Rossini e dei suoi collaboratori

Indice

Assistenti di Direzione	pag. A.3
Marca e Strategia	pag. A.4
Digital Web	pag. A.7
Mercato Italia	pag. A.8
Mercati Internazionali	pag. A.14
Sport & Partnership Sportive	pag. A.25
Cultura e Territorio	pag. A.33
Web Marketing & Content	pag. A.35
Advertising - Relazioni Esterne	pag. A.36
Media & Pr	pag. A.37
Comunicazione Visual	pag. A.39

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Assistenti di Direzione	Segreteria Gadget	<p>Per veicolare il marchio territoriale Trentino, è importante avere a disposizione gadget di diversa natura e valore da distribuire in occasione fieristiche ed eventi organizzati direttamente da Trentino Sviluppo, o in partnership con soggetti territoriali.</p> <p>Pianificazione annuale sulla base delle attività dalle singole aree, in modo da poter ottenere anche un adeguato approvvigionamento ai migliori prezzi di mercato.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>I gadget acquistati e distribuiti ai vari uffici secondo le necessità sono: zainetti, shopper tessuto non tessuto, chiavette USB, portabadge, matite, ombrelli, portachiavi, libri.</p>
	Comarketing Eventi sul territorio	<p>Attività di promozione del marchio trentino in occasione di eventi e/o iniziative culturali-enogastronomiche-sportive in grado di contribuire alla promozione e comunicazione dell'immagine e delle offerte del Trentino, nonché alla valorizzazione dei prodotti tipici e delle peculiarità del territorio, secondo le modalità operative indicate dalla P.A.T. - Dipartimento Cultura e Turismo</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Con riferimento alle indicazioni contenute nella nota dd. 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport si sono finanziate gli eventi individuati dalla P.A.T. secondo gli elenchi allegati.</p>
	Comunicazione interna	<p>Organizzazione incontro, 12 giugno al Mart di Rovereto, per la presentazione al sistema turistico trentino del piano strategico triennale e delle novità per l'estate 2015.</p> <p>Co-organizzazione della Conferenza provinciale del Turismo che ha avuto luogo il 25 novembre 2015 al Pala Rotary di Mezzocorona</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>L'evento del 12 giugno al Mart è stato organizzato nei minimi dettagli, partendo dalla presentazione del piano strategico triennale e dell'estate 2015 fino alla chiusura conviviale con gli ospiti.</p> <p>Nella conferenza provinciale del Turismo del 25 novembre al Pala Rotary siamo intervenuti nella organizzazione degli allestimenti e del buffet.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Strategia e Innovazione	<p>Marketing Strategico</p> <p>Sviluppo progetti</p>	<p>Progetto Develon in collaborazione con Asat - contratto triennale</p> <p>Axteria: Analisi di piani strategici per il turismo a livello internazionale, delle strategie di promozione dei competitor dell'arco alpino e proposte per la valutazione delle politiche turistiche del Trentino</p> <p>Trentino Guest Card: La piattaforma progettuale TGC, i cui obiettivi strategici sono espressi nel relativo documento, nel 2015 si propone di: - Essere uno strumento disponibile per ogni operatore del Trentino interessato. Ciò potrà avvenire includendo tutti gli operatori coinvolti delle Organizzazioni turistiche che finanziano pro quota il progetto, ovvero gli operatori interessati, dei tre ambiti che non partecipano ancora al progetto (V. Fassa, San Martino/Primiero, Paganella) attraverso una formula partecipativa alternativa, grazie al supporto tecnico della rispettiva Apt. - Integrare tutte le formule di card progettate dai territori partner fornendo alle diverse località una piattaforma di base unitaria in termini di fornitura servizi, modalità emissione, raccolta dati, analisi, comunicazione e promozione (Fiemme, V Sole, Comano, Campiglio Rendena) - Integrare nuovi servizi presenti sul territorio - Integrare pienamente la Card trasporti elettronica fornita da Trentino Trasporti garantendo l'emissione, da parte degli operatori, di un'unica card dell'ospite - Sviluppare nuove funzioni e soluzioni software per facilitare ulteriormente la partecipazione al progetto ai partner fornitori (applicativo lettura card off line) e nuova architettura server. - Sviluppare nuove funzioni web lato utente (prenotazione servizi) utilizzabili da smartphone - Progettare e realizzare nuove modalità di registrazione on line incentivate da servizi aggiuntivi.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Progetto Develon: Il progetto, sottoscritto da ASAT e TM, ha l'obiettivo di costituire un panel di strutture ricettive abilitate a fornire dati in merito ad occupazione e fatturato per poter avere un benchmark di destinazione. Il progetto è al suo terzo anno di attività e sono stati compiuti tutti i passaggi previsti nel contratto triennale. Nel 2015 si sono raggiunti il centinaio di strutture alberghiere aderenti, il software è stato integrato nella maggior parte dei gestionali hotel e si è iniziato a fare rielaborazioni di dati in forma aggregata.</p> <p>Axteria: Presentata relazione su benchmark piani strategici per il turismo delle principali DMO.</p> <p>L'azione è stata effettuata. Tutti gli obiettivi ed azioni indicati sono stati raggiunti nel corso del 2015. In particolare sono state realizzate le seguenti attività: estensione del sistema a due nuovi territori integrando le card locali (APT Val di Sole e APT Campiglio Rendena), avvio del nuovo format annuale (dal 1 novembre 2015) rendendo strutturale lo strumento, integrazione di nuovi servizi presenti sul territorio e attivazione nuove funzionalità di relazione con l'ospite (es: registrazione on line, servizio di prenotazione servizi, applicativo per la lettura off line dei servizi etc.). Infine la card è stata integrata con il sistema MIT dei trasporti chip on paper ed è stata sperimentata l'integrazione con la piattaforma OpenMove per utilizzo dei mezzi pubblici direttamente con smartphone.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Strategia e Innovazione	Sviluppo progetti	<p>Trentino Fishing: (project leader Organizzazioni turistiche Consorzio Giudicarie centrali), prosecuzione e sviluppo progetto Trentinofishing con costituzione club hotel, prodotto, vendita on line, prima promozione e vendita</p> <p>Cicloturismo: (project leader Organizzazioni turistiche APT Trento) attuazione progettuale avviata, realizzazione sistema di prodotto cicloturismo</p> <p>Trentino Network: studio, progettazione e messa in funzione di un servizio di accreditamento per Internet free turistica. Nella prima fase la piattaforma potrà essere testata sul circuito dei Bicigrill Trentini come progetto pilota. Il progetto consiste nel realizzare delle isole tecnologiche presso le strutture collocate lungo le piste</p> <p>Supernordicskipass: supporto nell'evoluzione del progetto, nelle nuove evolutive e funzionalità del sistema</p> <p>Ricerche: quota annuale ricerca FUR;</p> <p>Progetto Trenta: Accordo sperimentale per distribuire servizi di ricarica auto elettriche a turisti attraverso il sistema Trentino Guest Card. Tale accordo verrà regolarizzato con apposito contratto.</p> <p>Rilevazioni statistiche: utilizzo di due collaboratori per attività di sondaggistica</p>	<p>Le azioni sono state effettuate:</p> <p>Trentino Fishing: Prosecuzione e sviluppo progetto Trentinofishing con costituzione club "Trentino fishing Lodge", aumento dei permessi venduti on line e organizzazione del primo corso per guide esperte "Trentino Fishing Lodge"</p> <p>Cicloturismo: Progettazione della nuova piattaforma cicloturismo integrata con le mappe outdooractive</p> <p>Supernordicskipass: Supporto nell'attività di promozione, aggiornamento dei contenuti sul portale, evolutive con la creazione di una app dedicata integrata con il gestionale SNS, partecipazione della TGC consentendo un accesso gratuito in ogni centro per il numero di persone indicato nella card con possibilità di noleggio attrezzature, implementazione nei centri fondo di una attivazione wfi gratuita per gli utenti</p> <p>Ricerche: Pagamento quota annuale di iscrizione ricerca FUR;</p> <p>Trenta Spa: sottoscritto accordo per brandizzazione delle colonnine di ricarica elettrica e integrazione servizio e tecnologia con TGC;</p> <p>Trentino Network: L'azione non è stata effettuata nel 2015 per ritardi di esecuzione da parte del fornitore. Sarà realizzata nel 2016 utilizzando le risorse all'uopo allocate nel PO 2015.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p>Marchio e sviluppo della marca</p>	<p>Sviluppo Marca</p>	<p>Gli obiettivi previsti dal PO 2015 prevedono le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Attività di divulgazione avendo cura di coinvolgere le diverse dimensioni rappresentative del contesto territoriale (enti di sistema, aziende e professionisti del settore, associazioni, aziende potenziali concessionarie ecc.). - Gestione e continua manutenzione del sistema informativo procedurale on-line funzionale alla divulgazione del ruolo del marchio ed alla fase di concessione di licenza d'uso. - Attività di monitoraggio dei casi d'uso in essere. - Attività straordinaria di formale informazione verso gli utilizzatori non autorizzati, adottando protocolli procedurali informativi standard, giustificati solo in fase di prima applicazione. - Attivazione nei casi necessari di procedure di tutela del marchio. - Coinvolgimento dei produttori licenziatari finalizzata ad una comunicazione coordinata del marchio Qualità. <p>Misurazione dei risultati:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Come obiettivo quantitativo ci si prefigge di arrivare, nel 2015, ad un numero di 420 licenze per il marchio territoriale. - Per coinvolgere ulteriormente i concessionari del marchio territoriale e raccogliere loro commenti, indicazioni ed eventuali criticità, verrà poi messa in campo un'indagine conoscitiva. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel corso dell'anno si è raggiunto il numero di 378 licenze d'uso per il marchio territoriale Trentino e di 8 licenze d'uso per il marchio Qualità Trentino (la nona licenza sarà formalizzata nei primi mesi del 2016).</p> <p>Poi nel corso di tutto l'anno è proseguita l'attività di monitoraggio e consulenza all'uso del marchio Trentino, con particolare riferimento all'applicazione dello stesso sui materiali di comunicazione dei concessionari.</p> <p>Infine si è curata la gestione della versione speciale del marchio territoriale "Trentino ad Expo Milano 2015", nel periodo dell'evento mondiale (23 soggetti utilizzatori).</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;">Digital Web</p>	<p>Progetti Speciali</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nuova Versione del Portale Saranno messe in atto tutte le azioni necessarie al rifacimento del portale • Studiare soluzioni grafiche che permettano uno stile di comunicazione su misura in funzione della pianificazione, del periodo e del prodotto • Gestire in modo efficace il funzionamento della piattaforma di booking e esplorare nuove possibilità per rendere la piattaforma Visitrentino sempre più efficiente in termini di presentazione del prodotto • Consolidare lo spazio dedicato all'escursionismo outdoor online, creando una rete di collaborazioni sul territorio (spazio ai circuiti bike e trekking, ad esempio) • Supportare le azioni di marketing interno, preparando anche canali speciali, sezioni dedicate, newsletter e DEM • Attività di SEO (search engine optimization) per migliorare e ottimizzare la presenza dei contenuti del Trentino sui principali motori di ricerca • Partnership per azioni di affiliation marketing: integrazione database ricettivo con altri portali, locali ed extraterritoriali • Presidio ed evoluzione del canale mobile sempre più importante • Monitorare costantemente le evoluzioni del web per poter sfruttare le tecnologie di frontiera e le nuove piattaforme che si affacciano sul mercato • Accompagnare gli altri Uffici della Divisione Turismo nel percorso di aumento della conoscenza di tutti i temi digital 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante il 2015 si sono messe in atto tutte le attività necessarie alla realizzazione della nuova versione di VisitTrentino, in particolare sono state avviate tutte le attività necessarie allo studio della user experience, della realizzazione grafica e dell'implementazione tecnologica del nuovo portale non trascurando una notevole attività di migrazione dalla vecchia piattaforma cercando mettere a valore tutti gli asset consolidati nel tempo. La realizzazione del nuovo sito risponde quindi alle attività descritte nei primi tre punti delle azioni oltre che all'azione su mobile che ora è parte integrante della soluzione: • A supporto di una migliore efficienza del sistema di booking si è anche avviato il progetto di reputazione on line territoriale che coinvolgerà tutte le strutture ricettive del Trentino grazie alla partnership con TRUSTYOU inoltre il canale di distribuzione di my hotelshop è stato di supporto per posizionare le strutture ricettive su trivago.de; • Il canale outdoor è ora ospitato in una nuova versione della piattaforma e integrato con il nuovo portale anche in questo caso molta attenzione è stata rivolta alla fruibilità da mobile della soluzione; • Durante il corso dell'anno sono state realizzate landing page a supporto delle esigenze di mercato o di progetto; • Le attività SEO si sono concentrate invece a supporto della migrazione dal vecchio al nuovo portale.
	<p>Web editing</p>	<p>Attività di data entry</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le attività di data entry si sono svolte regolarmente • Sono stati noleggiati i dati sui tracciati outdoor • Sono state eseguite le traduzioni
	<p>Canoni web</p>	<p>Canoni</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	Comarketing Mice	Compartecipazione/sostegno alle attività on/offline del Trentino Mice Convention Bureau e supporto alla formazione dedicata agli operatori del settore	L'azione è stata effettuata. Sono state effettuate 3 giornate formative rivolte agli operatori aderenti al Convention Bureau. Sono stati gestiti direttamente 11 eventi Mice ed è stata implementata una campagna online con rimando al sito trentinocb.it, partecipazione diretta a 5 appuntamenti B2B.
	Comarketing/mobilità	Valutare azioni di partnership con il trade, per rafforzare i flussi rivolti al B2B e B2C, incentivare l'utilizzo dei vettori aerei e potenziare la promozione tramite azioni di P.R. e newsletter il servizio Fly Ski Shuttle	L'azione è stata effettuata. Sono stati organizzate 2 azioni B2B in ADV e TO di Bari e Palermo in partnership con Volotea (promozione nuovi voli da Bari, Palermo, Catania, Cagliari e Napoli). Attivata campagna di comunicazione online e social per incentivare i flussi dal Sud Italia e l'utilizzo dei transfer dagli aeroporti verso le varie destinazioni
	Comarketing GTO 2000	Comarketing /sostegno alle attività offline di comunicazione su network di 100 TV Areali	L'azione è stata effettuata. E' stata pianificata una campagna di spot a sostegno di format TV con pianificazione settimanale su un network di 100 TV Areali in compartecipazione con i territori.
	Comarketing Prove Libere - Pool sci Italia	Comarketing/ sostegno alle attività di comunicazione on/offline per la comunicazione degli sport invernali in collaborazione con Pool Sci Italia per l'evento Prove Libere in Val di Fiemme	L'azione è stata effettuata. Tappa finale del Tour del Pool sci Italia con test materiali nuovo anno. Veicolazione del marchio Trentino sui pettorali di gara e striscioni. Visibilità con spazi redazionali sulle maggiori testate di settore quali: Race, Monte Bianco e Sciare con articoli durante l'autunno 2015 per il lancio della stagione invernale, in partnership con l'Apt Val di Fiemme.
	Comarketing outdoor estate Riviste Meridiani - Montagne	Comarketing /sostegno alle attività di comunicazione offline delle attività outdoor estate in montagna in collaborazione con la Rivista Meridiani e Montagne /Editoriale Domus	L'azione è stata effettuata. Sostegno al Festival Outdoor organizzato dalla rivista Meridiani e Montagne in Val di Fassa, per la promozione delle attività outdoor settore Montagna in concomitanza con l'uscita dello speciale Outdoor realizzato dalla testata in collaborazione con i territori

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	<p>Comarketing Sport Promotion Camp Multisport</p>	<p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno attività di Tour Operating con Sport Promotion per la veicolazione dei "Camp Multisport" 6 - 18 anni in Italia.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Di seguito le azioni pianificate: Campagna di comunicazione da gennaio a settembre su La Gazzetta dello Sport e su tutte le testate del gruppo (Corriere della Sera, lo Donna, Oggi, Sport Week, ecc.) con inserzioni e articoli. 1 pagina pubblicitaria dedicata sul catalogo e sulle brochure divulgate da Sports Promotion e inserite sui siti di GazzettaSummerCamp, Sports Promotion e Sport&School. Presenza del logo Trentino sui siti dedicati GazzettaSummerCamp, Sports Promotions, Sport&School e Sport and Holidays.</p>
	<p>Bollettini Neve</p>	<p>Distribuzione bollettini Neve online su piattaforma Skiinfo per il lancio della stagione invernale</p>	<p>L'azione è stata effettuata. La distribuzione di bollettini neve sui principali canali web costituisce un elemento fondamentale di promozione del prodotto turistico invernale. Skiinfo rappresenta il principale network di distribuzione dei dati a livello europeo.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia	<p>On Line Italia</p>	<p>Azioni online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumentare la brand awarness e la forza di "ispiration" della comunicazione - Creare "Nuova domanda" acquisendo turisti che non hanno scelto il Trentino (Ispiration) - Aumentare i flussi nelle ali stagionali (destagionalizzare) - Aumentare accessibilità in rete dei servizi offerti dal territorio (diversificare proposte seguendo insight di mercato) - Aumentare accessibilità alle informazioni turistiche per segmenti specifici di mercato (verticalizzare la promozione ed il presidio della rete per cluster) - Aumentare la base dati del Trentino (CRM e Business Intelligence) - Guadagnare conversazioni, mention, e prescription dai turisti che sono stati in Trentino. - Aumentare la sinergia e la collaborazione con gli attori del territorio in primis con le APT - Attivare partnership con portali segmento viaggi (es. Tripadvisor, Trivago, Kayak, ecc) sia web che mobile per promuovere i servizi turistici in accordo con i partner territoriali - (KPI: N. partnership, N. traffico veicolato dal partner, N. richieste e prenotazioni indotte) - Guadagnare conversazioni tematiche sarà l'obiettivo principale delle attività degli "Insider di Prodotto" : prima della vacanza offrendo un servizio in tempo reale al potenziale turista (Social Caring) e dopo la vacanza attraverso il coinvolgimento e la fidelizzazione - (KPI: N° di share e condivisioni, N° Immagini pubblicate dai turisti nei Social Media, N° conversazioni e contenuti in rete che parlano del Trentino (analisi con software semantici). - Tutte le azioni fatte dagli "Insider" sono finalizzate a creare interesse in rete rispetto alla specifica vacanza/motivazione fidelizzando e raccogliendo lead altamente profilati per aumentare il CRM integrato anche con rispettivi dati Social. - (KPI: N. Lead, N. iscrizioni newsletter tematica, N. iscrizione Feed) - Sono previste molteplici attività a supporto delle azioni costanti di presidio della rete degli "Insider di Prodotto" per aumentare il "reach", organizzando contest e creando azioni con gli opinion leader della rete (es. blog meeting tematico, partnership con moderatori di forum sportivi, rubriche mensili con testimonial del Trentino). - (KPI: N. mention azione, N. Fan nei canali Social, N. citazioni da parte di opinion leader) 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Presenza su importanti portali viaggio quali Edreams, Opodo e www.siviaggia.it (sezione viaggi di libero.it e virgilio.it) generando decine di milioni di impression attraverso svariati formati pubblicitari. Le collaborazioni annuali con Edreams ed Opodo ci hanno permesso di promuoverci anche durante le code stagionali senza interruzione tra estate ed inverno. Presenza su importanti siti web che si rivolgono a mamme e famiglie quali www.planetamamma.it, www.quimamme.it o i blog del network Fattore Mamma.</p> <p>Attraverso i Google Adwords ci siamo proposti a quegli utenti che erano alla ricerca non solo di una vacanza in Trentino, ma anche di più generiche "settimane bianche", "offerte weekend" o "vacanze in montagna" permettendo di creare "Nuova Domanda" di vacanza in Trentino. Il concorso sponsorizzato su www.perlimiobimbo.com ci ha dato la possibilità di aumentare il database di utenti a cui poter inviare le news sul Trentino turistico di 20 mila unità. A questi numeri si sono aggiunti gli utenti acquisiti dal consueto form d'iscrizione alla newsletter del Trentino su www.visitrentino.it. Altre azioni sono state fatte attraverso l'attività degli insider ed anche degli Hub tematici presenti su visitrentino.it per promuoverci nei confronti di utenze specifiche quali gli sciatori e gli appassionati di sport invernali, gli appassionati di escursionismo, alpinismo, mountain bike ed altre attività outdoor tipiche della montagna, proponendoci su siti web specifici quali ad esempio www.sportoutdoor24.com, www.planetmountain.com, www.neveitalia.it, www.dovesciare.it e www.skiinfo.it. Promozioni specifiche in merito a specifiche commerciali sono state fatte attraverso i principali quotidiani online italiani (corriere.it, repubblica.it ed importanti quotidiani regionali) per permettere anche la geotargetizzazione del messaggio e proponendoci ad utenze specifiche in periodi specifici (campagna in occasione dei singoli patroni di grandi città). Presenza su siti di offerte quali www.subito.it e www.bakeca.it per la promozione specifica anche degli appartamenti vacanza all'interno di sezioni dedicate. Promozione anche con l'utilizzo delle moderne tecniche del Native Advertising attraverso i network di Ligatus e di Outbrain, tra le principali concessionarie italiane in quest'ambito. Vi è stata un'intensa promozione in ambito Social soprattutto attraverso i nostri profili Facebook e Twitter per incrementare e regolare le conversazioni online inerenti il Trentino. Per quanto riguarda le partnership con altri attori sul territorio si è proceduto alla promozione dei siti web e delle offerte turistiche prodotte dalle Apt in maniera assidua, in particolar modo con la messa online del nuovo portale a partire dall'inizio del mese di novembre che dà grande spazio ai prodotti ed al ruolo commerciale delle Apt. Altre collaborazioni sono state portate avanti con attori esterni quali Volotea per incentivare il turismo da particolari zone d'Italia (Centro-Sud in questo caso).</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
	Fiera Skipass - Modena	<p>Appuntamento Fieristico nazionale (B2C - B2B) di riferimento nel mondo degli sport invernali, in compartecipazione con il territorio, giunto alla XXII edizione, si tiene annualmente a Modena.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. E' stato realizzato uno stand di 170 mq in compartecipazione con 8 Apt, rappresentanti l'offerta turistica e dei comprensori sciistici (Superski Dolomiti - Trentino e Superskirama) . Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvolgimento diretto del pubblico</p>
	Fiera TTG - Rimini	<p>TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia. 52° edizioni nel 2015 Si svolge ogni anno a ottobre e, con oltre 60.000 presenze, è l'evento clou dell'anno per il settore, la fiera in cui tutta l'industria dei viaggi (nazionale e internazionale) si riunisce per contrattare, fare networking, attivare nuovi business, confrontarsi, trovare nuove idee. Oltre 130 le destinazioni rappresentate, 4 le aree tematiche: Global Village, The World, Europa e Italia. Quest'ultima area rappresenta la più grande piazza di contrattazione al mondo del prodotto turistico italiano.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Il Trentino ha partecipato all'evento B2B con un'area dedicata di 100 mq in compartecipazione con 16 operatori dell'offerta trentina</p>
<p style="text-align: right;">Mercato Italia</p>	ADV offline	<p>Azioni offline: - Speciali e Publi-redazionali - Partnership in format televisivi tematici - Comarketing format televisivi Meteo - Mediaset</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Per la parte offline sono stati realizzati degli speciali su testate di grande distribuzione , oltre ad un monografico sulla rivista Dove distribuito in allegato a lo Donna, Vanity fair, campagne pubblicitarie tabellari sui maggiori quotidiani nazionali. Sulle TV è stato siglato un accordo con GTO 2000 (per la collaborazione invernale 2016) in collaborazione con i territori per la distribuzione di contenuti/interviste su un network di 100 areali, programmazione spot 30" su Rai Sport 1 e 2. Format Reality Tv su Bike Channel in 6 puntate in compartecipazione con i territori.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia - Promozione prodotti trentini	Promozione settore Vitivinicolo	<p>Piano di promozione del settore vitivinicolo articolato in due parti, Trentodoc e gli altri vini di qualità del territorio a seguito di un contratto di partenariato siglato in data 24/3/2014</p> <p>Attività quali Prowein e Vinitaly</p> <p>Collaborazioni con altri enti quali la Camera di Commercio di Trento, le Apt e le Strade del vino e dei sapori</p> <p>Realizzazione del primo Festival del Vino Partecipazione e azioni di promozione del comparto vitivinicolo nel padiglione Vino con degustazioni tematiche per tutta la dura dell'Esposizione universale</p>	<p>Tutte le azioni definite nel piano di promozione del settore vitivinicolo concordato con il Consorzio Vini del Trentino sono state effettuate.</p>
	Expo Milano 2015	<p>Partecipazione e azioni di promozione del comparto vitivinicolo nel padiglione Vino con degustazioni tematiche per tutta la dura dell'Esposizione universale</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Progetto inserito nel piano di promozione del settore vitivinicolo.</p>
	Grappa Trentina	<p>Piano di promozione del settore grappicolo declinato in attività di comunicazione ed in momenti di promozione sul territorio e nei confronti del sistema ricettivo e della ristorazione sia sul territorio provinciale che fuori.</p>	<p>Le azioni, presentate e concordate nel piano di valorizzazione del settore grappicolo, sono state effettuate. Quattro eventi in Trentino a Santa Massenza dedicati alla stampa nazionale e agli operatori del settore ricettivo e sei appuntamenti riservati alla stampa e agli operatori in città importanti quali Milano e Roma.</p>
	Fruit Logistica	<p>Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale</p>	<p>L'azione è stata effettuata in collaborazione con Apot, Consorzio Melinda, Consorzio La Trentina, Cooperativa Sant'Orsola. Lo spazio trentino era di 235 mq personalizzato Trentino con un'area ospitalità dedicata alle eccellenze del territorio.</p>
	Albe in Malga e Trentino SkiSunrise	<p>Albe in Malga: ogni sabato mattina di luglio e agosto in circa 30 malghe di tutta la provincia, il turista potrà assistere e partecipare al rito della mungitura, osservare come si producono i formaggi d'alpeggio e imparare come si vive in malga.</p> <p>TrentinoSkiSunrise: iniziativa che da gennaio a marzo 2015, ogni sabato proporrà una sciata alle prime luci del giorno sulle piste appena battute dai gatti abbinata ad una ricca colazione con lo scopo di aumentare la presenza di prodotti locali e trentini nei rifugi collocati sulle piste, infondendo buone pratiche nell'ambito della corretta nutrizione.</p>	<p>Le azioni Albe in Malga e Trentino Ski Sunrise sono state effettuate in collaborazione con Apt, Strade del vino e dei sapori, operatori delle strutture ricettive, guide alpine ed accompagnatori di territorio. L'investimento che Trentino Marketing ha sostenuto ha riguardato la realizzazione della grafica coordinata per i materiali informativi degli eventi, tutta l'attività di comunicazione, l'organizzazione di blog tour e servizi fotografici e video.</p>
	Strade del Vino	<p>Implementazione nuovo sito tastetrentino.it</p>	<p>Azione attivata attraverso l'aggiornamento dei contenuti generali del sito e nella gestione della mail di riferimento (richieste informative)</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercato Italia - Promozione prodotti trentini	Artigiano in fiera	Artigiano in Fiera 2015: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di una delle più importanti ed ampie fiere dedicate al mondo dell'artigianato. Coordinamento delle 3 aree dedicate al Food, all'artigianato tradizionale ed alla promozione turistica.	L'azione è stata effettuata. Sono state realizzate due aree distinte: una di 100 mq riservata al comparto turistico con partecipazione diretta di Apt per la promozione del territorio. L'altra, più importante di 1100 mq dedicata alla valorizzazione dell'artigianato artistico e agroalimentare del Trentino. Inoltre hanno partecipato anche i grandi consorzi del comparto agricolo.
	Montagna di latte	Attività di sostegno e valorizzazione del settore lattiero-caseario con l'organizzazione di specifiche iniziative.	L'azione è stata effettuata con riferimento alle indicazioni contenute nella nota dd. 12.06.2015 prot. n. A0037/2015/311566 dell'Assessorato Cultura Foreste e Turismo
	Festival del Gusto Trentino	Evoluzione della Mostra vini del Trentino, coinvolgerà oltre alle aziende vitivinicole e grappicole, A.P.T. e Strade del Vino e dei Sapori oltre agli operatori dell' HO.RE.CA. provinciali e delle provincie limitrofe.	L'azione è stata effettuata. Progetto inserito nel piano di promozione del settore vitivinicolo.
	Attività Slow Food	Organizzazione e partecipazione alla manifestazione Cheese 2015, realizzazione di pagine pubblicitarie su Guide Slow Food e riviste e ampie collaborazioni per il mondo trentino con un particolare sguardo alla sostenibilità ed alle eccellenze trentine.	Sono state realizzate delle azioni in collaborazione con Slow Food Italia dedicate alla promozione e alla valorizzazione delle produzioni d'eccellenza della provincia. La collaborazione ha visto la partecipazione del Trentino a Expo nel padiglione Slow Food e a Cheese, vetrina internazionale del settore lattiero caseario con la partecipazione di Latte Trento e Concast e una campagna adv nelle più importanti guide Slow Food (1 pagina pubblicitaria su Slow Wine, n.1 su Formaggi d'Italia, n. 1 Osterie d'Italia e n. 1 sulla rivista Slow).
	Altre attività promozione Prodotti	Attività di promozione delle produzioni Trentine non classificabili in progetti specifici facendo sempre riferimento ai principali settori del comparto agroalimentare, frutticolo, caseario e vitivinicolo anche legato al mondo della ricettività e ristorazione.	Sono state effettuate delle azioni di promozione delle produzioni trentine che non rientrano in specifici progetti, quali la comunicazione specifica verso il settore agroalimentare (ospitalità trasmissioni TV), la presentazione dei prodotti e dei vini trentini in momenti importanti (Expo), progetti di valorizzazione del settore lattiero-caseario indicati dalla Pat (promozione del latte di montagna coordinati da Latte Trento) riferimento alle indicazioni contenute nella nota dd. 10.12.2015 prot. n. D336/2015/635958/15-2014-4 del Dipartimento cultura Turismo, promozione e sport

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
 Mercati Internazionali - Germania 	Fiera FREE - Monaco	Azione all'interno della voce "comparsazione alle fiere CMT Stuttgart, Reisen, Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg"	L'azione è stata effettuata.
	Fiera ITB - Berlino	ITB Berlino marzo	L'azione è stata effettuata.
	Altre Fiere	Comparsazione alle fiere CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg	L'azione è stata effettuata.
	Ufficio Stampa	Attività di PR: - rafforzare ulteriormente i contatti personali con i media con visite a redazioni, viaggi stampa individuali e di gruppo (vacanza attiva), newsletters, inviti selezionati ad eventi (ARF, 3Tre, Bike Festival, FCBayern, Sportscheck Festival, ecc.), - PR on-line. Incrementare contatti con TV, Radio e Magazine di settore. - 2 Conferenze stampa a München all'Allianz Arena - In collaborazione con Agenzia TOC	L'azione è stata effettuata. Budget in parte spostato su ufficio Media & Pr, ed ivi rendicontate a tale scopo. Sul mercato sono rimasti i costi di realizzazione e revisione dei testi per off e on line.
	ADAC Trentino	Co-marketing ADAC: evento Adac Trentino Classic a San Martino di Castrozza e ADAC Motoclassic in Val di Ledro; presenza nelle guide invernali ed estive.	L'azione è stata effettuata per quanto riguarda i 2 eventi. Presenza nei magazine di Adac e nelle guide estive, ma non in quelle invernali non essendo più in produzione.
	SportScheck	Co-marketing SportScheck: Premium Partner nella campagna Outdoor: vetrine, distribuzione brochure (250.000) , presenza nei punti vendita (18), azioni nei negozi, newsletter (600.000 iscritti) e mailing specifici, redazionali nel web e presenza nei canali social, pagine promozionali nei cataloghi (1,3 mio), presenza nella nuova sede di Monaco con un Trentino Lounge Corner (maggio/ottobre); eventi quali Outdoor Festival a Molveno, Trailrunningcamp Levico, Bike Camp Val di Fassa; test di prodotto bike e trekking sul territorio, ecc.	L'azione è stata effettuata a parte il Bike Camp Val di Fassa che è stato stornato per mancanza di adesioni sufficienti. In alternativa sono state realizzate delle azioni aggiuntive ampliando la presenza nei negozi (oltre a Monaco, Stoccarda, Berlino e Achen), presenza all'Allianz Arena con concorso e alla Half Marathon di Riva del Garda.
	Promocommerciale Estate	Azioni Promo-commerciali con Apt: - Estate: - Sanfter Wander e Genuss Urlaub : speciale/allegato, advertorial – web-marketing – Partnership con Sportscheck, DAV	L'azione è stata effettuata con il coinvolgimento delle Apt tramite la veicolazione di una brochure promocommerciale e campagna web.
	Promocommerciale Inverno	Inverno Sci-Wellnes-Fitness: speciale/allegato, advertorial – web-marketing; collaborazione con DSLV	L'azione è stata effettuata con il coinvolgimento delle Apt. Insieme si è deciso di concentrarsi sulla campagne web, visto la veicolazione del magazine inverno da parte di Trentino Marketing. Promozione tramite i canali DSLV.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: right;">Mercati Internazionali - Germania</p>	<p>ADV Estate Inverno Comarketing DAV</p>	<p>- Collaborazione con Eurosport: campagna TV paneuropea inverno. Promozioni di eventi di rilievo internazionale in Tv, Internet, web Tv. Realizzazione di un workshop in loco rivolto ai commentatori internazionali di discipline invernali. - Collaborazione con DAV (CAI tedesco): test di prodotto bike e trekking, collaborazione con la sezione viaggi, promozione nei simposi/eventi - Azioni web marketing Campagne di posizionamento, Video strategy con la creazione di un canale Youtube internazionale Creazioni di contenuti ad hoc e di digital hump tematici Campagna Web estate/inverno: adwords, co-brand, affiliazioni, speciali, newsletter, ecc. in un ottica di cross device (mobile, tablet, e web) -Progetto social su facebook, twitter, flickr, youtube. Azione di selezione e presenza nei blog specifici di bike e trekking e acquisizioni di testimonianze, opinion leader, influencer. Azione di selezione e ricerca di web opinion leader che diventino testimonial del Trentino creazione di una base dati dettagliata.</p>	<p>L'azione è stata effettuata con parziali modifiche. Campagna paneuropea TV con Eurosport realizzata. A causa dei cambiamenti interni di Eurosport, acquisita da Discovery Channel, non si è potuto organizzare il workshop dei commentatori. In aggiunta si sono realizzati degli speciali su San Martino, Val di Fassa e Madonna di Campiglio. Collaborazione con DAV realizzata nelle presenze ai loro eventi, come test di prodotto e come sviluppo prodotto ed inserimento di nuove destinazioni all'interno del loro catalogo. Web marketing : campagna estiva ed invernale realizzata. La campagna invernale è stata programmata fino al marzo 2016. Rivisitazione e creazione di contenuti ad hoc sia per vecchia versione del portale sia per la realizzazione delle moodboard per il lancio del nuovo portale avvenuta in novembre. E' stata sospesa l'attività degli hub tematici proprio in vista del nuovo portale Anche il progetto social è stato posticipato di un anno per le stesse ragioni : si è ritenuto opportuno concentrarsi sulla realizzazione del nuovo portale. E' stata comunque realizzata un'azione social con le nostre partnership e in vista dei grandi eventi. E' stata attuata un'azione di monitoraggio dei web opinion leader ma non sono state attuate azioni specifiche se non quelle previste all'interno della Partnership con Sportscheck. Azioni aggiuntive: realizzazione di 2 nuovi spot e conseguente veicolazione Tv, social , web. Per l'estate realizzazione dello spot con i giocatori del FC Bayern ed in inverno spot realizzato con i campioni dello sci Axel Lund Svindal e Bode Miller e 4 mini-video da utilizzare su youtube e nei canali. Produzione di un magazine invernale e veicolazione tramite quotidiani (450.000 copie). Realizzazione di un magazine estivo. La distribuzione verrà effettuata nell'anno 2016.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;"> Mercati Internazionali - Germania </p>	<p>Partnership FC Bayern - DSLV (Ass. Maestri Sci) - Peter Schliekenrieder</p>	<p>Partnership con FC Bayern: realizzazione di 2 eventi all'Allianz Arena con distribuzione materiale, incontro di PR, presentazione del Trentino (marzo, ottobre); organizzazione del workshop sponsor in Paganella (marzo); 4 redazionali sul magazine + pagina ADV in tutte le uscite del Magazine; promozione sul web, 3 newsletter (marzo, maggio, novembre), realizzazione e distribuzione video nei canali FCB TV on line, social, ecc; campagna advertising on-line e offline di uno spot video con i giocatori quali protagonisti; progetti rivolti all'utente finale/tifoso: organizzazione di concorsi a premi e campagna con visibilità su tutti i media on-line e social media di FCB; progetti con il FCB Kidsclub (ritiro, Magazin e promozione online e social); partita amichevole Bayern AllStars e Man AllStars sul Garda Trentino (maggio); ritiro estivo precampionato della squadra giovanile Under 23 (Trento, giugno) e Under 14 (Castello Tesino, agosto). Partnership con DSLV (Associazione Maestri di Sci tedesca): realizzazione di eventi in loco, collaborazione con le scuole di sci, veicolazione del marchio Trentino. Azioni di PR, promozione nei canali social. Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMSI. Partnership con Peter Schliekenrieder (campione olimpico): utilizzo della sua immagine in conferenze stampa, promozione off e online, attività PR per prodotto vacanza attiva, presenza ad eventi, ecc.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. FC Bayern: azioni relazionate come da piano, ma in parte rendicontate su capitoli diversi. Eventi Allianz Arena congiuntamente con Pr e Media, ritiri squadre giovanili BU Sport. Azioni in aggiunta: realizzazione e veicolazione dello spot estivo attraverso spazi aggiuntivi concessi da FC Bayern, Workshop sponsor realizzato ad Andalo (BU Sport). DSLV: azioni realizzate come da piano su tutte le varie voci. Partnership Peter Schliekenrieder: portate a termine tutte le azioni previste dal contratto. In aggiunta l'azione promozionale del film "Sul Sentiero della Pace" inserito all'interno della programmazione del Film Festival della Montagna di Trento. Attività web per campagna ispirazionali inverno.</p>
	<p>Trentino Trekking</p>	<p>Trentino Trekking: realizzazione di uno speciale booklet Alpin dedicato al mondo Trekking e Rifugi; collaborazione con DAV. Attività di stampa e PR</p>	<p>Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le APT. In aggiunta azione specifica con Alpin come la realizzazione di un FotoTrekking Dolomiti e il calendario dedicato alle foto realizzate in Trentino. Quest'anno si sono concretizzate meno ospitalità di giornalisti rispetto all'anno passato.</p>
	<p>Trentino Bike</p>	<p>Trentino Bike: realizzazione della brochure Outdoor Playground, distribuita anche nelle azioni SportScheck; partecipazione ad eventi di settore quali Bike Festival, Bike Willingen, Eurobike. Collaborazione con DAV. Attività di stampa e PR.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le APT. Quest'anno si sono realizzate meno ospitalità di giornalisti ma più attività di advertorial. Una particolare attenzione è stata data alla Svizzera.</p>
	<p>Co-marketing con TO - vacanza estiva</p>	<p>Collaborare con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc. Selezione TO per GBT estivo Collaborazioni con TO online e OTA</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Vedi progetto "Trade Europa"</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;"> Mercati Internazionali - Gran Bretagna</p>	<p>Web marketing e PR</p>	<p>Azioni rivolte ai consumer - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania - Progetto social simile a quello ipotizzato per la Germania.. Attività di PR online (blog e siti consumer). Attività di PR: - azioni di PR con stampa specializzata e media anche in occasione di eventi (ARF, ecc.), visite redazioni e press trip individuali, clipping service. - Aumento presenza Trentino sulle maggiori guide on e off-line.</p>	<p>L'attività è stata effettuata parzialmente. L'attività verso il consumer in Gran Bretagna è stata ridotta rispetto al piano operativo per la necessità di aumentare la promozione verso gli altri mercati. In inverno è stata realizzata una campagna web. Attività di Media&PR rendicontata dall'ufficio Media&PR. Acquisto di ricerche di approfondimento del mercato e attività di advertorial Produzione dei magazine invernale: 20.000 copie</p>
	<p>Trade</p>	<p>Collaborazione con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc. - Serate per agenti di viaggio ed educatur in loco- Selezione TO per TheAlps. - Possibile co-marketing con Ski Club e con altri portali di sport invernali: pubblicredazionali, banner, ampliamento destinazioni nelle guide di settore. - Workshop a Londra e door to door in 2 città da definire - Stimolare/aumentare l'offerta "Trentino" dei TO, soprattutto medio-piccoli e di nicchia</p>	<p>L'azione è stata effettuata con parziali modifiche. Realizzazione di un Workshop a Londra con la partecipazione di 7 Apt , L'unica attività non realizzata, che era ancora in discussione è stato il co-marketing con Ski Club. In aggiunta si sono ampliate le attività con i TO Altre attività Trade sono rendicontate nella sezione "Trade Europa"</p>
	<p>Fiera WTM - Londra</p>	<p>Partecipazione alla fiera WTM di Londra (novembre) rivolta a trade e stampa</p>	<p>L'azione è stata effettuata in compartecipazione con Apt, consorzi e Tour operator incoming.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Olanda Belgio	Fiera Vakantiebeurs - Utrecht	Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht (gennaio) rivolta a trade e pubblico	L'azione è stata effettuata con la compartecipazione delle APT.
	Ufficio Stampa	In collaborazione con Agenzia Aviareps: - Attività di PR: press trip individuali e di gruppo, visite redazioni, eventi, PR online e attività con web opinion leader, collaborazioni con TV, ecc.; - Collaborazione con gruppo ANWB: redazionali, advertorial; - potenziamento della presenza di località trentine sulle maggiori guide on e off-line.	L'azione è stata effettuata. La parte più strettamente legata all'attività di Media&PR è rendicontata nell'ufficio Media&PR.
	Promocommerciale Estate	Estate: allegati a riviste tematiche - web marketing, partecipazione a fiere di settore - Caravana, Leeuwarden (gennaio), open air - Fiets en Wandelbeurs - Amsterdam (gen/feb) - Bergsportsdag NKBV (marzo), vacanza attiva - Lentedagen, Bussloo (aprile), open air - web marketing	Le azioni sono state effettuate in compartecipazione con le apt e consorzi.
	Promocommerciale Inverno	Inverno: web marketing	L'azione non è stata effettuata per mancanza di adesioni da parte del territorio - le risorse finanziarie spostate su altri mercati ritenuti più strategici.
	Varie	Azioni per l'inverno ed estate. Estate: promozione bike in collaborazione con rivista di settore belga. Inverno: realizzazione di un magazine invernale.	L'azione per l'estate è stata effettuata mentre per l'inverno, considerate le mancate adesioni, le risorse sono state spostate su mercati ritenuti più strategici.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;"> Mercati Internazionali - Russia </p>	<p>Promocommerciale inverno</p>	<p>Azioni Promo-commerciali con Apt: - Inverno: allegato o speciali, web-marketing. - incontri trade e stampa a Mosca e San Pietroburgo e altre città russe..</p> <p>Azioni rivolte al consumer: - Azioni web marketing: sono previste alcune azioni di web marketing e di content curation.</p>	<p>L'azione è stata effettuata con le Apt e si è concentrata sulla campagna web inverno rivolta al consumer. Realizzazione dei testi per il nuovo portale.</p>
	<p>TO e linee aeree</p>	<p>-Attività con trade: Progressiva riduzione del co-marketing con i TO rivolti all'inverno e degli eductours (Gen-Mar). Si prediligerà il rapporto con la stampa/TV e azioni web - Realizzazione di educational tour specifici per product manager di ca. 5 TO che operano nella promozione del prodotto estivo ; - Co-marketing con principali TO che lavorano sul prodotto estivo prevedendo azioni di presentazione del territorio, presenza del marchio sul catalogo e advertising, web, publi-redazionali; - Workshops: GBT estivo ed altri workshop in alcune città russe - Attività di PR: In collaborazione con partner russi, Eurosport ed Enit di Mosca. - viaggi stampa realizzati individualmente e con i singoli TO ed in partnership con Dolomiti Superski o compagnie aeree. - Azione di selezione e ricerca di web opinion leader ed influencer che diventino testimonial del Trentino.</p>	<p>L'azione è stata effettuata: realizzati workshop a Mosca e San Pietroburgo in compartecipazione con le Apt e door to door. Realizzazione di educational in collaborazione con apt e TO Attività di Media&PR rendicontata dall'ufficio Media&PR</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;">Mercati Internazionali - Repubblica Ceca</p>	Promocommeciale Estate	Azioni Promo-commerciali con Apt e Club Estate: allegato su riviste di settore, web-marketing	L'azione è stata effettuata: brochure promocommerciale realizzata in collaborazione con Apt e allegata a quotidiani e periodici.
	Promocommeciale inverno	Azioni Promo-commerciali con Apt e Club Inverno: allegato o speciale su riviste di settore e di target medio-alto, web-marketing	L'azione è stata effettuata con parziali modifiche: campagna web realizzata in collaborazione con le Apt. Non è stato realizzato inserto off line promocommerciale ma magazine ispirazionale (450.000 copie) rendicontato su Adv
	ADV TV e WEB	Azioni rivolte ai consumer: - Eurosport: campagna TV paneuropea inverno gennaio-febbraio e ottobre-dicembre. - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania	Campagna paneuropea TV con Eurosport e campagna invernale Web marketing effettuate. Produzione di un magazine invernale e veicolazione tramite quotidiani e periodici (450.000 copie). Realizzazione di un magazine estivo. La distribuzione, la stampa e la traduzione è imputata all'anno 2016.
	Progetto Trekking	Realizzazione Festival dell'Alpinismo in collaborazione con il progetto Trentino Trekking. Veicolazione brochure outdoor in collaborazione con Trentino Trekking e Trentino Bike	L'azione è stata effettuata.
	Progetto Bike	Realizzazione brochure outdoor in collaborazione con Trentino Trekking e Trentino Bike. Realizzazione azione di PR a Nove Mesto in occasione dei mondiali MTB in collaborazione con Trentino Bike.	L'azione è stata effettuata.
	Varie	<ul style="list-style-type: none"> - Partnership con Katerina Neumannova quale testimonial promozione vacanza multisport - Partnership con Jaroslav Kulhavy (campione olimpico mtb 2012): utilizzo della sua immagine in qualità di testimonial in conferenze stampa, viaggi stampa, promozione off e online, attività PR per prodotto bike, produzione di materiale fotografico e video -Azioni trade: - Incontri rivolti alla ricerca di piccoli/medi T.O interessati al prodotto estivo, educational per product manager, ospitalità di giornalisti. - Workshops: The Alps 	Le azioni sono state effettuate. Workshop The Alps: vedi voce "Good Buy Trentino/The Alps".

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
	Ufficio Stampa	<p>Attività di PR: In collaborazione con Enit.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incontri stampa : Varsavia, in primavera e in autunno; viaggi stampa individuali: estate bike e vacanza attiva, inverno sci - rafforzare e incrementare i contatti personali con i media, TV, radio e opinion leader con visite a redazioni e road show, newsletter, inviti selezionati ad eventi (Giro D'Italia, ARF, Rock Master, ecc....) - PR on-line. Azione di selezione e ricerca di web opinion leader ed influencer che diventino testimonial del Trentino. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Attività di PR & Media rendicontata dall'ufficio Media&PR.</p>
	Promocommeciale Inverno	<ul style="list-style-type: none"> - Azioni Promo-commerciali con Apt: Inverno: allegato o speciale su riviste di settore e di target medio-alto, web-marketing 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Realizzata campagna web in collaborazione con le Apt.</p> <p>Non è stato realizzato inserto off line promocommerciale ma magazine ispirazionale rendicontato su altra voce.</p>
<p style="text-align: center;">Mercati Internazionali - Mercato Polonia</p>	ADV TV e WEB	<ul style="list-style-type: none"> - Eurosport: campagna TV paneuropea inverno. - Azioni web marketing: simili a quelle previste in Germania 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Campagna paneuropea TV con Eurosport realizzata.</p> <p>Web marketing : campagna invernale realizzata.</p> <p>Produzione di un magazine invernale e veicolazione tramite quotidiani e periodici (450.000 copie).</p> <p>Realizzazione di un magazine estivo. La stampa, la distribuzione, e la traduzione verranno concretizzate nell'anno 2016.</p>
	Progetto Bike	<p>Trentino Bike: realizzazione di materiale promozionale veicolato negli eventi organizzati da Lang Team (Skandia maraton, Tour de Pologne,...) Attività di stampa e PR</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Veicolazione brochure outdoor, azioni di PR con stampa.</p>
	Varie	<ul style="list-style-type: none"> -Co-marketing con l'associazione di Maestri di Sci SITN: newsletter, banner, redazionali, ecc. Coinvolgimento dell'Associazione Maestri di Sci AMSI. Azioni rivolte al consumer: - Sponsorizzazione del Tour de Pologne. Azioni trade: - Incontri rivolti alla ricerca di piccoli/medi T.O interessati al prodotto estivo, educational per product manager. - Workshops: The Alps 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Comarketing con SITN e azioni collaterali, compresa la collaborazione con AMSI.</p> <p>Sponsorizzazione Tour de Pologne: realizzazione gadget e servizi vari.</p> <p>Azioni di PR e ospitalità stampa in occasione del Giro d'Italia.</p> <p>Realizzazione documentario I Polacchi in Trentino.</p> <p>Creazione contenuti per magazine inverno e nuovo portale inverno.</p> <p>Azioni trade:</p> <p>Workshop The Alps: vedi voce "Good Buy Trentino/The Alps".</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Mercati Internazionali - Trade	Trade Europa	<p>Scandinavia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co-marketing con TO: educational, door to door, web marketing; - ricerca e selezione T.O. per The Alps - Workshop a Stoccolma e Malmo <p>Attività di PR:</p> <ul style="list-style-type: none"> - azioni di PR con la stampa specializzata e organizzazione di press trip individuali; - azioni mirate di PR con i media in occasione di eventi sportivi (es: ARF, Bike Festival, ecc) <p>Germania: Collaborare con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc.</p> <p>Selezione TO per GBT estivo</p> <p>Collaborazioni con TO online e OTA</p> <p>Gran Bretagna: Collaborazione con i maggiori TO di vacanza estiva per implementare il prodotto Trentino montagna nei cataloghi studiando insieme proposte e servizi ad hoc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Serate per agenti di viaggio ed educotur in loco- Selezione TO per TheAlps. - Possibile co-marketing con Ski Club e con altri portali di sport invernali: pubblicredazionali, banner, ampliamento destinazioni nelle guide di settore. 	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Scandinavia: si sono realizzate le azioni come da piano: workshop a Malmoe e Stoccolma in collaborazione con le Apt. Altre attività Trade sono rendicontate nella sezione "Good Buy Trentino" (The Alps).</p> <p>Attività di PR & Media rendicontata dall'area PR & Media.</p> <p>Germania: attività di co-marketing con Neckermann. Der Tour e Adac per implementazione del prodotto estivo nei cataloghi e promozione congiunta.</p> <p>Gran Bretagna: attività di co-marketing con Thomson per implementazione del prodotto estivo nei cataloghi e promozione congiunta.</p> <p>Campagna web con Ski Club of Great Britain, On the Snow, Jet2Ski, Welove2ski con ampliamento destinazioni nelle sezioni "destination guide".</p> <p>Selezione del TO che è stata fatta per The Alps (Vedere apposita rendicontazione) che ha sostituito GBT per l'anno 2015.</p>
	Trade Mondo	<p>Azioni mercati trade:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiere: visita della fiera principale di settore turistico di ogni singolo paese per verificare posizionamento del Trentino e potenzialità del mercato. - Pr: contatto con istituzioni e associazioni di categoria (TO e ADV), acquisizione di informazione e dati, - Collaborazione con trade: - Porta a porta con piccoli/medi T.O interessati al prodotto invernale, educational per product manager - Realizzazione di eventuali workshop con partner interessati (apt) - Workshops: The Alps - Azioni mercati scouting: - Fiere: visita della fiera principale di settore turistico, ove presente, per verificare il posizionamento del Trentino, le potenzialità del mercato e la conoscenza del prodotto invernale. - Collaborazione con trade: - door to door, serate informative/workshop con agenti di viaggio, educational, 	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>Sono stati realizzati workshop e door to door in paesi scouting come Brasile e Cina, in collaborazione con le Apt.</p> <p>Sono stati inoltre realizzati fam trip in Trentino con operatori cinesi e brasiliani per la promozione del prodotto invernale.</p> <p>E' stato realizzato un progetto eccellenza "Trentino Dolomites & Lake Garda" per la promozione sul mercato americano degli hotel a 4S* e 5*; realizzazione di workshop e sales calls a New York; il progetto ha inoltre preso parte all'evento Gusto & Lifestyle: The Italian Party svolto a Cannes come side event di ILTM.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p>Mercati Internazionali - Mercati Trasversali</p>	<p>Transfer</p>	<p>Fly Ski Shuttle: Sviluppo Definire, all'interno del gruppo di lavoro e nei tempi utili per la promozione, le strategie e le azioni concrete relative al progetto (tratte, destinazioni, Paesi di provenienza, aeroporti). - Mettere a conoscenza del progetto nuovi operatori italiani e stranieri. - Avviare delle stabili relazioni con aeroporti e compagnie aeree per incrementare il numero di voli dai nostri mercati di riferimento.</p> <p>Promozione - Realizzare locandine e pieghevoli comuni a tutti i soggetti da distribuire sul territorio e in occasione di fiere, workshop. - Presentare il progetto nel corso di campagne pubblicitarie a mezzo stampa e via Internet. - Stringere accordi di co-marketing con le compagnie aeree interessate dal servizio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Definito il progetto nei tempi necessari, ampliate le corse e gli aeroporti, realizzato il nuovo sito di prenotazione online con la creazione di widget distribuiti a Apt e ai soggetti interessati (consorzi, singole strutture, ecc...) per una migliore promozione del servizio. Realizzato materiale promozionale. Rinnovata collaborazione con Wizz Air. Promosso il servizio sia sul web che off line.</p>
	<p>Campagna ADV internazionale (testimonial)</p>	<p>Azione riferita alla pianificazione campagna TV-EUROSPORT inverno 2015/2016 sui mercati Germania - Repubblica Ceca - Polonia</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Realizzazione di spot promozionali Trentino con testimonial di rilievo come Aksel Lund Svindal e Bode Miller. Oltre agli spot da diffondere tramite TV (Eurosport) sono state realizzate delle "pillole" da veicolare sul mondo web. Realizzazione cofanetto con i vari video e brochure "dietro le quinte" (costo realizzazione spostato sul 2016).</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p> Mercati Internazionali - Good buy trentino</p>	<p>The Alps/GBT</p>	<p>Obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> - la promozione del turismo nel bacino delle Alpi; - la creazione di una rete dei principali partner europei del turismo; - la promozione di un interscambio specialistico di esperti in materia scientifica, politica e turistica; - l'analisi e lo sviluppo di scenari futuri per il turismo nel bacino delle Alpi; - l'organizzazione di conferenze, workshop e seminari su temi d'interesse comune per il bacino delle Alpi (tema conduttore di questa edizione sarà bike e trekking); - la valorizzazione del marchio "Alpi" nel contesto turistico internazionale. <p>I prodotti commercializzati durante il workshop saranno prevalentemente legati al tema comune individuato (bike e trekking).</p> <ul style="list-style-type: none"> - La scelta degli operatori seguirà la stessa strategia: sarà effettuata un'attenta selezione dei tour operator che promuovono le motivazioni analizzate, identificando gli interessi specifici di ognuno e creando un raccordo diretto con la proposta del territorio alpino. - E' prevista la presenza di ca. 120 operatori della domanda provenienti da: Italia, Germania, Gran Bretagna, Olanda, Belgio, Danimarca, Svezia, Norvegia, Polonia, Rep. Ceca, Russia, Slovenia, Spagna, Svizzera, Cina, India e altri mercati ritenuti interessanti per lo sviluppo della vacanza nelle Alpi. Con alcuni TO si creeranno dei rapporti di collaborazione per sviluppare prodotti nuovi per la promozione e commercializzazione del territorio sui diversi mercati - ricerca e selezione T.O. per The Alps; - Workshops: The Alps. - Pr: contatto con istituzioni e associazioni di categoria (TO e ADV), acquisizione di informazione e dati, monitoraggio e contatti con media. 	<p>L'azione è stata effettuata. Realizzazione di un evento composto da workshop con accento particolare sul turismo bike e outdoor nelle Alpi alla presenza di oltre 120 tour operator per la promozione del turismo alpino. Realizzato il Symposium, giornata di studio/approfondimento con la presentazione di una ricerca sul Bike Tourism in the Alps seguita da tavola di discussione con importanti esponenti del mondo bike e montagna. Creazione e sviluppo di rete di collaborazione tra regioni alpine.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive	Aquila Basket	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Aquila Basket Trento sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti; b) gestione di attività PR con ospiti del mercato Italia; c) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia; d) attività di PR e consegna di materiale ad hoc per i giornalisti italiani accreditati. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>La partnership con Aquila Basket consente al brand Trentino di essere veicolato nel campionato di massima serie italiana di basket. In particolare nel 2015 l'ottimo risultato in classifica della neopromossa Aquila Basket ha fatto registrare un interesse mediatico importante, che consente la veicolazione del brand anche a livello europeo.</p> <p>Si confermano gli interventi come da piano. L'azione è stata parzialmente effettuata anche con riferimento al contenuto della nota dd. 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport.</p>
	Trentino Volley	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito della sponsorizzazione di Trentino Volley sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) valorizzazione dei supporti pubblicitari contrattualmente previsti; b) gestione di attività PR con ospiti del mercato Italia; c) utilizzo dell'immagine dei giocatori per la realizzazione di materiale pubblicitario o come testimonial per eventi in Italia; d) attività di PR e consegna di materiale ad hoc per i giornalisti italiani accreditati. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>La partnership con Trentino Volley consente al brand Trentino di essere veicolato attraverso il Club più vittorioso degli ultimi anni nell'ambito della pallavolo non solo italiana ma internazionale.</p> <p>Si confermano gli interventi come da piano.</p> <p>L'azione è stata parzialmente effettuata anche con riferimento al contenuto della nota dd. 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
	FC Bayern Monaco	<p>Gli interventi di Trentino Marketing S.r.l. nell'ambito della sponsorizzazione di F.C. Bayern Monaco sono i seguenti:</p> <p>a) studio e analisi della massima visibilità possibile del logo Trentino e del territorio come meta di vacanza e sede del ritiro nei supporti personalizzabili (LED a bordo campo, Spot pubblicitari allo stadio, backdrop);</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso lo sfruttamento dell'immagine dei giocatori di FC Bayern Monaco attraverso la creazione di campagne advertising, realizzazione di uno spot video e altri strumenti on line utili per la comunicazione turistica;</p> <p>c) gestione di attività pr con ospiti dei mercati, italiani ed esteri, durante l'anno, con eventi all'interno degli spazi riservati presso l'Allianz Arena (Event Box) durante le partite casalinghe. In particolare i due eventi in primavera mirano a lanciare la stagione estiva</p> <p>d) gestione in stretta collaborazione con i territori/APT per i ritiri delle squadre giovanili e per l'organizzazione del camp "kids club" massima valorizzazione dello stesso attraverso il consolidamento del rapporto con giornalisti nazionali e soprattutto internazionali, da ottenere attraverso eventi PR nel corso dell'anno;</p> <p>e) Curare la comunicazione sui media di FC Bayern, quali il magazine della prima squadra e delle giovanili, il sito internet, tutto il mondo social, le newsletter e FCB TV.</p> <p>f) Organizzare in Trentino un workshop con tutti gli sponsor del Bayern in Trentino al fine di rafforzare i contatti con i manager degli sponsor stessi e proporre direttamente alle aziende tedesche opportunità di collaborazione</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>b) la realizzazione di video divertente, con 5 giocatori che racconta il territorio e le diverse motivazioni di vacanza. Pianificata campagna on line e su tv internazionali;</p> <p>c) 22 marzo evento di presentazione estate trentina con i suoi eventi principali e 23 maggio evento di presentazione ritiri estivi (under 23 Trento e under 14 Valsugana) e dei Kids Camp (San Martino);d) Ritiri estivi (under 23 Trento e under 14 Valsugana); Kids Camp: Andalo (febbraio Winter Camp Multisport), Arco (aprile Kids Club), San Martino (luglio Kids Club);</p> <p>e) campagna adv per la carta stampata che riprendeva lo stile ironico dello spot video;</p> <p>f) Il workshop Sponsor è stato organizzato in Paganella dal 26 al 28 marzo. Gli oltre 70 partecipanti, oltre che al momento di workshop in senso stretto, hanno potuto svolgere attività sulla neve (sci, snowboard, ciaspole) e anche cimentarsi in diverse prove di team building.</p> <p>L'azione è stata parzialmente effettuata anche con riferimento al contenuto della nota dd 03.12.2015 prot. n. D336/2015/624054/15-2014-4 del Dipartimento cultura, turismo, promozione e sport.</p>
Sport & Partnership sportive Il grande calcio	Napoli Calcio	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con Napoli Calcio hanno riguardato:</p> <p>a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti, in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali del Club;</p> <p>b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori del Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location";</p> <p>c) creazione all'interno del sito www.visitrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo;</p> <p>d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentive per le reti vendita e partners strategici;</p> <p>e) gestione in stretta collaborazione con l'APT del ritiro estivo e massima valorizzazione dello stesso attraverso il consolidamento del rapporto con giornalisti nazionali opinion leader, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso dell'anno;</p> <p>f) integrazione e relazione con i vertici ed il management del Club;</p> <p>g) nuove opportunità con i partner del Club attraverso workshop o presentazioni.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale.</p> <p>b) L'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata per la realizzazione di clip lancio del ritiro.</p> <p>e) Il ritiro ha incluso ben 3 fine settimana e visto la presenza di un numero record di media che hanno comunicato il Trentino e la Val di Sole. Inoltre l'organizzazione della parte tecnica e di intrattenimento per i tifosi è stata positiva e apprezzata da tutti i soggetti coinvolti. Durante la stagione si sono organizzati 2 importanti eventi a Napoli per il lancio del ritiro e della stagione invernale (con realizzazione di pacchetto vacanza ad hoc).</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p align="center">Sport & Partnership sportive Il grande calcio</p>	<p>ACF Fiorentina</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con ACF Fiorentina hanno riguardato:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali del Club; b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori del Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location"; c) creazione all'interno del sito www.visitrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo; d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentivi per le reti vendita e partners strategici; e) gestione in stretta collaborazione con l'APT del ritiro estivo e massima valorizzazione dello stesso attraverso il consolidamento del rapporto con giornalisti nazionali opinion leader, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso dell'anno; f) integrazione e relazione con i vertici ed il management del Club; g) nuove opportunità con i partner del Club attraverso workshop o presentazioni. 	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale. b) Si conferma l'intervento come da piano con l'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata nelle azioni di lancio del ritiro. e) L'organizzazione della parte tecnica e di intrattenimento per i tifosi è stata positiva e apprezzata da tutti i soggetti coinvolti.
	<p>AS Roma</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito dell'operazione di co-marketing con AS Roma hanno riguardato:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) studio della massima visibilità possibile del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti; in particolare presso lo stadio e nei media ufficiali del Club; b) promozione del territorio trentino attraverso l'utilizzazione dell'immagine dei giocatori del Club e della dicitura ufficiale "Official Summer Training Location"; c) creazione all'interno del sito www.visitrentino.it di canali dedicati alla partnership con la società calcistica e a tutte le azioni legate al ritiro estivo; d) gestione di attività p.r. con ospiti dei mercati italiano ed esteri, e del territorio durante l'anno, con eventi allo stadio sfruttando i biglietti a disposizione per le partite casalinghe e gli incontri mirati con i giocatori per presentazioni ed incentivi per le reti vendita e partners strategici; e) gestione in stretta collaborazione con l'APT del ritiro estivo e massima valorizzazione dello stesso attraverso il consolidamento del rapporto con giornalisti nazionali opinion leader, da ottenere attraverso eventi p.r. nel corso dell'anno; f) integrazione e relazione con i vertici ed il management del Club; g) nuove opportunità con i partner del Club attraverso workshop o presentazioni. 	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La partnership è stata valorizzata a pieno sia con la più classica visibilità mediatica (led, backdrop) sia con interazioni social, realizzazione di newsletter, banner in home page del sito ufficiale. b) Si conferma l'intervento come da piano con l'utilizzo della dicitura nella campagna promozionale e durante tutto il corso della stagione, e l'immagine dei giocatori è stata utilizzata per la realizzazione della campagna di lancio del ritiro realizzata in particolare su Gazzetta dello Sport d) Importanti attività pr sono state attivate in particolare con giornalisti ospiti dell'Area PR e Comunicazione di TM e) Il primo ritiro estivo a Pinzolo di AS Roma è stata organizzato con soddisfazione da tutte le parti interessate. Inoltre, nonostante i soli 6 giorni di ritiro, ha visto un elevato numero di tifosi e media presenti in loco. Durante la stagione si è organizzata la conferenza stampa di lancio del ritiro a Roma.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Federazioni	<p>FISI Norway Ski Team Nazionale Pallavolo FISG Nazionale Basket</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono, usualmente, le seguenti:</p> <p>a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l.;</p> <p>b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino);</p> <p>c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate (presentazione squadra ecc.);</p> <p>d) supporto all'attività delle Federazioni;</p> <p>e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio;</p> <p>g) Stretta interazione con le APT interessate dalla partnership, in particolare dell'Altopiano della Paganella, Altopiano di Pinè, della Val di Fassa, della Val di Fiemme e di Folgaria per valorizzare al massimo le sponsorizzazioni.</p> <p>h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi</p>	<p>Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala:</p> <p>FISI:</p> <p>a) Attività in occasione di Skipass di Modena e durante le gare di Coppa del Mondo in Trentino</p> <p>b) Il marchio Trentino è stato posizionato sulla tessera FISI e quindi divulgato attraverso tutta la campagna promozionale della Federazione stessa. E' stato divulgato il brand Trentino attraverso la personalizzazione degli sci degli atleti del Salto nelle gare di Coppa del Mondo. Inoltre si sono personalizzate le piste di allenamento degli atleti.</p> <p>c) In occasione di Skipass Modena FISI ha dato visibilità al Trentino al proprio stand ed ha portato allo stand Trentino propri atleti per attività di interazione con il pubblico.</p> <p>e) In occasione della conferenza stampa di Trentino a Milano di lancio della stagione invernale abbiamo usufruito della presenza di un paio di atleti rappresentativi delle Nazionali.</p> <p>f) Congiuntamente con Nordic Ski e con APT Val di Fassa sono stati valorizzati gli allenamenti delle Squadre Nazionali nelle rispettive sedi, con attività social e sfruttamento dell'immagine degli atleti per promuovere il territorio.</p> <p>Norway Sky Team:</p> <p>b) E' stata personalizzata la pista di allenamento degli atleti.</p> <p>c) Organizzazione pre-ritiro di una conferenza stampa in Trentino con la presenza degli atleti.</p> <p>e) Congiuntamente con Paganella Ski sono stati valorizzati gli allenamenti della Nazionale, con attività social e sfruttamento dell'immagine degli atleti per promuovere il territorio. Durante il periodo di allenamento ad Andalo sono state realizzate delle clip promozionali con allenatore ed atleti divulgate ai media tv e web.</p> <p>f) E' stata pianificata insieme a Paganella Ski un'attività di comunicazione web utilizzando l'immagine di Svindal, atleta simbolo della Nazionale, su siti di riferimento in Italia, Polonia, Rep. Ceca e Germania.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p align="center">Sport & Partnership sportive Federazioni</p>	<p>FISI Norway Ski Team Nazionale Pallavolo FISG Nazionale Basket</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Federazioni e Squadre italiane ed internazionali sono, usualmente, le seguenti:</p> <p>a) Attività PR durante gli appuntamenti delle Nazionali per gli ospiti di Trentino Marketing S.r.l.;</p> <p>b) gestione dei diritti promo pubblicitari previsti (grande visibilità del marchio Trentino);</p> <p>c) cogliere le occasioni delle conferenze stampa delle Federazioni per dare visibilità al Trentino e organizzare delle azioni di comunicazione mirate (presentazione squadra ecc.);</p> <p>d) supporto all'attività delle Federazioni;</p> <p>e) Utilizzare l'immagine degli atleti come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale con la realizzazione di foto-shooting, clip video, spot;</p> <p>f) Sfruttare le immagini video e fotografiche degli allenamenti degli atleti della squadra nazionale per la comunicazione promozionale del territorio;</p> <p>g) Stretta interazione con le APT interessate dalla partnership, in particolare dell'Altopiano della Paganella, Altopiano di Pinè, della Val di Fassa, della Val di Fiemme e di Folgaria per valorizzare al massimo le sponsorizzazioni.</p> <p>h) Utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento" nei materiali pubblicitari e informativi</p>	<p>Le azioni sono state effettuate.</p> <p>FIP - Nazionale Pallavolo: Anche nel 2015 le due nazionali di pallavolo maschile e femminile hanno trascorso a Cavalese un periodo di ritiro molto lungo, circa 6 settimane. Questo ha permesso la pianificazione di attività sul territorio, sia per attività sociali, sia per momenti di incontro con i turisti presenti. Inoltre sono stati realizzati servizi video-fotografici finalizzati alla distribuzione media/social per la promozione del territorio. L'accordo pluriennale ha consentito, anno dopo anno, un sensibile aumento del seguito di appassionati e il consolidamento di Cavalese come sede di riferimento per la pallavolo a livello nazionale.</p> <p>Inoltre durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social</p> <p>FISG: Anche la Federazione Sport Ghiaccio pista lunga da anni ha la sede dei suoi allenamenti in Trentino, a Baselga di Pinè. La partnership è stata valorizzata attraverso attività di comunicazione con i loro canali social e di direct mailing. Inoltre la Federazione, grazie a contatti diretti e alla professionalità/autorevolezza di Trentino nell'ambito dei ritiri, ha previsto una partita amichevole e un ritiro a Trento con la Nazionale di hockey.</p> <p>Nazionale Basket: Anche la partnership pluriennale con la Nazionale di Basket consolida Folgaria come riferimento esivo per gli appassionati di basket. Nel 2015 in particolare abbiamo avuto la presenza degli atleti esponenti italiani nell'NBA, con un interesse e seguito importante di media e tifosi. È stato realizzato anche in questo caso un servizio video-fotografico utilizzando l'immagine degli atleti per la promozione del territorio.</p> <p>Anche nel 2015 è stata inoltre organizzata la Trentino Basket Cup a Trento, evento di richiamo in quanto primo appuntamento ufficiale della stagione.</p> <p>Inoltre durante le partite in Italia si promuove il brand Trentino attraverso i supporti pubblicitari previsti contrattualmente e attraverso le attività di newsletter/social.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
	Trentino Azzurro	<p>Trentino Azzurro Delibera di Giunta di data 13 luglio 2015 n 1162 la Provincia ha approvato il protocollo di intesa con il Comitato Trentino della Fisi per lo sviluppo del progetto per un ulteriore triennio a decorrere dalla stagione 2014-15. La Provincia ha affidato l'esecuzione dello stesso a TS, attraverso TM. La finalità del progetto è quella di strutturare in Trentino una rappresentativa agonistica di punta per lo sci alpino e lo sci di fondo.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Si è dato seguito a quanto previsto attraverso la stesura di un accordo triennale. L'attività di SKITrentino grazie alla partnership in essere è stata un efficace strumento di comunicazione per il Trentino, grazie ai risultati agonistici dei giovani atleti del Progetto.</p>
Sport & Partnership sportive	Materiali/Servizi Eventi - Partnership sportive	<p>Questa azione si riferisce alla produzione di beni/materiali e all'acquisizione di servizi finalizzati alla valorizzazione degli eventi sportivi e delle partnership in essere. Inoltre si riferisce ad attività non strettamente legate ad una partnership in essere ma riferite ad una possibilità, contingente o pianificata, di valorizzazione del brand Trentino nel contesto degli eventi sportivi.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare attraverso: - produzione di materiali di visibilità Trentino (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch) - materiali ad hoc per le maggiori regate del Circolo Vela Torbole, per ritiro estivo Sampdoria, per Rock Master, per Mondiali Skiroli - realizzazione di doppia pagina pubblicitaria su Gazzetta dello Sport per la promozione dei ritiri estivi - partnership per la partita Italia-Argentina di pallavolo - produzione del flyer sport contenente i maggiori eventi sportivi dell'anno - valorizzazione del clinic internazionale degli allenatori di basket - accordo con NBC per interviste con allenatori e giocatori club calcistici - partnership con il Consorzio Valle del Chiese per il ritiro del Palermo Calcio</p>
	Eventi Sportivi e Atleti	<p>Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, partnership e attività di carattere turistico e di interesse per Trentino Marketing</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnalano le attività di sponsorizzazione e partnership con: Trofeo Topolino sci discesa, Tita Ruggero, Federazione Italiana Snowboard, Sole24Ore, Team femminile Ciclismo, Coppa Europa Fassa, San Martino Ski Sprint. Relativamente a queste partnership si è stipulato un accordo di sponsorizzazione e di acquisizione di diritti promo-pubblicitari per la veicolazione del marchio Trentino a livello mediatico, e, in casi specifici, per l'attivazione di attività p.r. e per lo sfruttamento dell'immagine degli atleti. Allo stesso modo di quanto sopra includiamo la competenza 2016 degli accordi di partnership con Hockey Fassa e l'atleta Melania Corradini.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Ciclismo	<p>Giro d'Italia</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Giro d'Italia in Trentino sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino durante le due competizioni; b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; c) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio; d) Attività promozionali e di comunicazione del Trentino e delle località trentine ospitanti le tappe del Giro d'Italia e il Tour de Pologne Challenge Trentino. 	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>Per il 2015 si è lavorato con RCS per avere un arrivo importante e una partenza sfasata di 1 giorno. Il Giro d'Italia è arrivato infatti a Madonna di Campiglio, una delle località simbolo della corsa rosa, questo ha fatto sì che ci fosse un importante interesse sia mediatico e di pubblico. Inoltre la corsa è ripartita da Pinzolo due giorni dopo, comportando un aumento delle presenze in loco e quindi un maggiore indotto diretto rispetto alle classiche tappe.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Si è lavorato per il miglior posizionamento dei supporti con marchio Trentino in posizione televisiva b) Si è organizzato un viaggio stampa con giornalisti polacchi. c) Valorizzazione del territorio nelle trasmissioni RAI sia di partenza che di arrivo, attraverso attività pr con i giornalisti/commentatori-attraverso immagini/clip del territorio- attraverso interviste a personaggi del territorio. d) Piano di lancio dell'evento in sinergia con l'APT di Madonna di Campiglio e si è strutturata un piano di intrattenimento sia a Madonna di Campiglio sia a Pinzolo per la 3 giorni di evento per il pubblico e gli appassionati presenti.
	<p>Tour de Pologne</p>	<p>Gli interventi di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle tappe del Tour de Pologne in Polonia sono i seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) gestione dei supporti personalizzati per ottenere massima visibilità televisiva del marchio Trentino durante le due competizioni; b) azioni di PR con partner e altri ospiti strategici per la comunicazione del territorio Trentino; c) Stretta interazione con gli organizzatori per individuare insieme delle occasioni ulteriori di comunicazione del brand Trentino e delle proposte turistiche del territorio; d) Attività promozionali e di comunicazione del Trentino e delle località trentine ospitanti le tappe del Giro d'Italia e il Tour de Pologne Challenge Trentino. 	<p>L'azione è stata effettuata. In particolare si segnala:</p> <p>L'organizzazione nelle Valli di Fiemme e Fassa della prima edizione del Tour de Pologne Challenge.</p> <p>Trentino ed i due ambiti territoriali interessati sono stati promossi nella corposa campagna promozionale realizzata in Polonia.</p> <p>In occasione dell'evento si è organizzato infine un viaggio stampa/vip dalla Polonia.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Sport & Partnership sportive Eventi invernali	Tour de Ski Combinata Nordica	<p>Gli interventi previsti da Trentino Marketing S.r.l. concordati con l'Apt di Fiemme e Nordic Ski per il 2015 spaziano su diversi campi d'azione:</p> <p>a) Veicolazione del logo Trentino attraverso tutti gli strumenti media e internet che saranno attivati per questi importantissimi eventi sportivi. In molti saranno assicurate dirette televisive non solo in Italia ma in tutta Europa. Il logo e relativo posizionamento sono in analisi e in via di approvazione/condivisione con Val di Fiemme e FIS.</p> <p>b) Azione in sinergia con il territorio per la promozione dell'evento e dei prodotti turistici e delle eccellenze agroalimentari del Trentino.</p> <p>In tutte le occasioni in cui Trentino o Val di Fiemme sarà presente a manifestazioni per promuovere l'inverno in Trentino si avrà l'opportunità di veicolare il messaggio di territorio organizzato e preparato per ospitare importanti eventi sportivi sia estivi che invernali.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Gli eventi Tour de Ski e Coppa del Mondo di Combinata Nordica sono stati anche nel 2015 un importante veicolo di promozione del territorio.</p> <p>In particolare grazie alla continuità anno dopo anno di questi eventi insieme a Nordic Ski si è strutturato un allestimento del percorso e campo di gara per esaltare e valorizzare al massimo, nei limiti dei vincoli FIS, il brand Trentino.</p>
Sport & Partnership	<p>Convenzione Assessorato Sport Iniziative di valenza provinciale</p> <p>Sponsorizzazioni Atleti e Squadre</p>	<p>Azioni in cui si inseriscono le sponsorizzazioni ad eventi sportivi, atleti e società di interesse turistico e territoriale come da indicazioni della PAT.</p>	<p>Si è dato seguito alle indicazioni PAT attraverso la stipula dei relativi contratti secondo le indicazioni del Dipartimento Cultura, turismo, promozione e sport della Provincia (rif. Accordo sottoscritto in data 9 aprile 2015 tra Trentino Marketing e Assessorato cultura, cooperazione, sport e protezione civile.</p> <p>Si è dato seguito alle indicazioni PAT attraverso la stipula dei relativi contratti con riferimento alle specifiche indicazioni del Dipartimento Cultura, turismo, promozione e sport della Provincia (nota prot. D336/2015/559560/15-2014-4 dd. 02.11.2015 e n. D336/2015/650387/15-2014-4 dd. 17.12.2015)</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p align="center">Cultura e Territorio</p>	<p>I Suoni delle Dolomiti</p>	<p>Identità e unicità sono caratteristiche che hanno determinato il successo dei Suoni delle Dolomiti - unici perché ideati, proposti e gestiti dal Trentino e perché legati all'unicità dell'ecosistema dolomitico - e che, dopo 20 anni, si tratta di rilanciare innestandovi una più significativa azione di comunicazione internazionale.</p> <p>Il programma de "I Suoni delle Dolomiti" 2015 valorizzerà ulteriormente le caratteristiche di innovazione, di internazionalità e di qualità artistica e ambientale dell'evento, accentuando la sua "comunicazione integrata" con i territori coinvolti.</p> <p>Per far questo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Dolomiti saranno al centro del festival • Verrà ridotto il numero degli appuntamenti a favore di una proposta artistica coerente con una comunicazione internazionale • Sarà rafforzata la relazione con gestori dei rifugi, Guide Alpine e Accompagnatori di territorio • Verrà generato valore economico a favore delle strutture, degli operatori e delle attività in quota, mediante la scelta di luoghi caratterizzati dalla presenza di rifugi o di impianti di risalita • Si legherà maggiormente l'evento all'ospitalità in valle e in quota creando un calendario sinergico, ove possibile, tra territori limitrofi, sviluppando e promuovendo, anche attraverso il progetto "Trentino in Rete", pacchetti vacanza originali • Si favorirà inoltre ulteriormente la fidelizzazione del pubblico attraverso l'interazione con il sito web, i social network, la proposta di trekking musicali a tappe. 	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>I "Suoni delle Dolomiti" è progetto di comunicazione di qualità per promuovere in Italia e all'estero non solo la bellezza delle Dolomiti, ma anche il loro essere un "ambiente amico", per la famiglia e per tutte le età. L'evento ha raggiunto anche nel 2015 gli obiettivi che si era prefisso ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comunicare e promuovere identità peculiari, di marca e buone pratiche del territorio - intercettare nuove tendenze e stili di vacanza - migliorare l'offerta complessiva del Trentino - attivare il passaparola; - creare rete di cultura territoriale; - conquistare visibilità e spazi giornalistici gratuiti sui media. <p>Il festival ha registrato un ottimo risultato sia per quanto riguarda la comunicazione;</p> <ul style="list-style-type: none"> - la rassegna stampa del festival infatti ha registrato 350 articoli/servizi fra stampa off e on line, TV e radio, per un controvalore pubblicitario equivalente di oltre 5mln di €, sia per la presenza di pubblico: circa 30.000 infatti le persone che hanno partecipato ai 18 eventi in programma.
	<p>Dalla Guerra alla Pace</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Luoghi ed eventi dedicati al tema della Grande Guerra verranno inseriti tra i contenuti della comunicazione primavera estate 2015 • Verrà editata una pubblicazione plurilingue di taglio istituzionale e turistico dedicata i luoghi visitabili • Proseguirà l'azione di coordinamento, del lavoro svolto da APT e Consorzi Pro Loco coinvolti dalla tematica, mirato ad incrementare l'attività di promozione e vendita dei viaggi di istruzione 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>E' stata editata la brochure Dalla Guerra alla pace e un ampio spazio è stato riservato ai luoghi della memoria nell'ambito dell'attività di comunicazione online e offline - dal Museo Storico della Guerra, alla campana dei Caduti, alla Rete dei Forti e alla rete dei musei di Trentino Grande Guerra. E' proseguito infine il coordinamento del lavoro svolto da Apt e Consorzi Pro Loco per l'incrementazione dell'attività di promozione e la vendita dei viaggi di istruzione</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p align="center">Cultura e Territorio</p>	<p>Promozione montagna</p>	<p>Per quanto riguarda quelle in capo all'ufficio Cultura e Territorio si punterà su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'apertura prolungata e destagionalizzante dei rifugi dolomiti da fine settembre agli inizi di ottobre con il sostegno di proposte vacanza particolarmente attrattive che intrecciano l'ospitalità con attività culturali, sportive, enogastronomiche. 	<p>L'azione è stata effettuata. A partire dal mese di giugno in coincidenza con l'apertura dei rifugi è partito il lavoro di valorizzazione delle terre alte, che si è concluso in novembre e che si è concretizzato attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - campagne online e off line; - attività di ufficio stampa; - realizzazione di 5 filmati dedicati al racconto delle terre alte da parte dei gestori dei rifugi;
	<p>Promozione Cultura</p>	<p>Per un primo anno di sperimentazione, il 2015, da allargare sulla base dei risultati ottenuti e verificati, il progetto coinvolge questi partner</p> <p>Mart Muse Castello del Buonconsiglio Museo di San Michele Rete dei castelli Servizio Attività culturali della PAT Trentino Marketing</p> <p>con azioni di comunicazione e marketing sia in Italia e all'estero, sia mirate ai turisti in Trentino e collegate a Guest Card Trentino e TrentoRovereto Card.</p>	<p>L'azione è stata effettuata attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la pubblicazione di 200.000 copie della brochure <i>Il Menu della Cultura</i>, realizzata in tre lingue, distribuita in 1.300 strutture ricettive e all'Expo. - l'aggiornamento dell'archivio fotografico con immagini Castel Thun e Castello del Buonconsiglio, Castel Beseno, Muse, Mart e Museo Usi e Costumi della Gente Trentina, Forte Belvedere, Forte Busa Verle, Forte Cherle - due viaggi per la stampa italiana e uno per quella tedesca - due conferenze stampa: una a Roma e una a Monaco - una campagna advertising con tabellari formato 1/2 pagina sui principali quotidiani nazionali - una campagna advertising on line con banner su quotidiani on-line di prossimità (l'arena.it, quotidiano.net, gazzettino.it, leggo.it, ilgiorno.it, ilmeteo.it) e su network di siti tra cui RCS e Manzoni verso un target mirato e selezionato e con un redazionale sponsorizzato su repubblica.it - l'ideazione e organizzazione del Trenino dei Castelli in collaborazione con l'APT della Val di Non e della Val di Sole - la partecipazione alla II° edizione della Borsa del Turismo Grande Guerra

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
Web Marketing & Content	Seo Social Web	Attività di SEO (search engine optimization) per migliorare e ottimizzare la presenza dei contenuti del Trentino sui principali motori di ricerca	L'azione è stata effettuata. Nel corso dell'anno per le pagine prodotte venivano fatte attività di ottimizzazione dei meta tag e dei contenuti. Parallelamente è stato fatto un monitoraggio sul posizionamento per 150 parole chiave.
	Altre attività WEB	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di nuovi contenuti per la nuova versione di VisitTrentino • Monitoraggio della rete e della domanda turistica • Organizzare degli organi di coordinamento redazionale • Collaborare in modo efficiente col tutti i produttori di contenuto all'interno dell'azienda • Creare palinsesti condivisi tra i vari uffici • Dotarsi di nuovi strumenti adatti ai nuovi obiettivi • Creare campagne on line capaci di intercettare gli utenti declinando strumenti e obiettivi in base alla customer journey degli utenti stessi 	Le azioni sono state effettuate. In particolare: Creazione dei contenuti completato a metà ottobre con lancio del nuovo portale il 9 novembre 2015. La rete e la domanda sono stati costantemente monitorati attraverso strumenti come Google Analytics, Google Keywords tool e Google Trends. Coordinamento con agenzia per il data entry e pianificazione editoriale del sito e dei social media attraverso la collaborazione dei mercati (Italia e estero) per il mantenimento del sito vecchio e il lancio del nuovo. Configurazione piattaforma Hootsuite per la gestione dei Social Media e attivazione del tool Facebook Advertising. Campagna estate e inverno nei mercati obiettivo adattando il mix di canali ai diversi obiettivi come indicato nel piano operativo.

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p style="text-align: center;">Advertising - Relazioni Esterne</p>	<p>Campagna di marca</p>	<p>Curare i rapporti con le Agenzie (Leo Burnett e Starcom), le concessionarie di pubblicità, i gruppi editoriali e i principali organi di informazione sia in un'ottica di adv che in una attività di Pr.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p>
	<p>Trentino TV (TCA e RTTR)</p>	<p>Pianificato con le due emittenti locali Ritr e Tca Trentino tv vari format televisivi.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p>
	<p>Comunicazione istituzionale</p>	<p>Coordinare le campagne pubblicitarie istituzionali e supportare le varie funzioni aziendali nelle attività di advertising di prodotto.</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p>Media & Pr</p>	<p>Incontri e conferenze stampa</p>	<p>Incontri e conferenze stampa Italia-Estero</p> <ul style="list-style-type: none"> Saranno organizzati incontri per presentare progetti e iniziative relativi ai vari settori d'attività in sinergia con i territori e le istituzioni trentine. Le redazioni nazionali saranno inoltre alimentate, anche attraverso una costante attività di PR, con contenuti "notiziabili". A tale attività si aggiungeranno le conferenze stampa locali relative a progetti, iniziative e contenuti sviluppati dalle varie Aree di Trentino Marketing. Saranno potenziate le conferenze stampa di Marca nei principali mercati di riferimento anche in sinergia con le esigenze istituzionali economico-culturali della Pat. Le attività si concentreranno sui mercati principali e in Germania saranno attivati flussi costanti di comunicazione, in particolare con Monaco e la Baviera. 	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Nel corso del 2015 sono stati organizzate:</p> <ul style="list-style-type: none"> -15 conferenze stampa locali -14 tra conferenze e incontri stampa in Italia e all'estero.
<p>Sportelli Media</p>	<p>Attualmente sono operativi 2 sportelli continuativi a Milano per la stampa nazionale e lombarda, a Verona per la stampa veneta, emiliana e per tutto il mondo social.</p> <p>A questi se ne aggiungono altri attivati all'occorrenza in altre città strategiche, con nostri referenti di fiducia.</p> <p>Sui principali mercati esteri il mondo dei media viene presidiato grazie alla collaborazione con agenzie PR specializzate nella comunicazione turistica.</p> <p>Sportelli media e agenzie PR si confermano sempre più partner indispensabili per garantire una presenza puntuale ed efficace di Trentino Marketing all'interno delle redazioni, per avere mailing list sempre aggiornate e per conoscere in tempo reale dinamiche e cambiamenti del complesso panorama dei media</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>Tutta l'attività di comunicazione giornalistica nel 2015 (ospitalità e viaggi stampa, conferenze e incontri stampa, attività PR, aggiornamento mailing, ecc) è stata realizzata attraverso il contributo degli sportelli media e agenzie PR.</p>	
<p>Redazione</p>	<p>Sia sul piano della qualità che della quantità del lavoro prodotto, la redazione esternalizzata continua a rivelarsi un ottimo investimento, anche nel rapporto costi-benefici. Una realtà indispensabile per corrispondere all'alimentazione giornalistica, in continua e ragguardevole crescita, di comunicati e cartelle stampa, lanci tematici, newsletter.</p> <p>La redazione collabora inoltre alla stesura di testi per il web e per prodotti editoriali, organizza conferenze stampa locali e mantiene costanti rapporti con i giornalisti delle testate giornalistiche trentine</p>	<p>L'azione è stata effettuata.</p> <p>La redazione si è occupata dell'attività di redazione comunicati stampa, testi, news, interviste, brochure, gestione giornale on-line rispondendo alle diverse esigenze editoriali di Trentino Marketing.</p> <p>Ha inoltre organizzato tutte le conferenze stampa locali ed ha gestito i rapporti con le testate locali.</p>	

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p>Comunicazione Visual</p>	<p>Editoria istituz. x stagioni</p>	<p>Editoria Istituzionale Oltre ai tradizionali materiali istituzionali del turismo estivo e invernale è necessario studiare e realizzare prodotti maggiormente innovativi, in grado di comunicare più agilmente e capillarmente novità, offerte, eventi, eccellenze del Trentino. In quest'ottica la ricerca di nuove modalità editoriali in rete con i territori e la Pat potrà offrire una panoramica del territorio non più legata alla stagionalità ed alla sola visione turistica, ma con un'ottica di marketing territoriale più ampia, spaziando tra turismo, cultura, ambiente, ricerca e nuove tecnologie, enogastronomia, ecc. Questa l'ottica con cui è stata realizzata la nuova brochure istituzionale "Trentino" che verrà aggiornata e ristampata in corso d'anno e il magazine Esperienze Vere che verrà realizzato, a partire dall'estate 2015, e che avrà come obiettivo la distribuzione capillare su tutto il territorio trentino (apt, ricettività, ecc.) ma anche nei paesi esteri di riferimento. Editoria di Progetto Esistono poi linee di prodotto destinate alla comunicazione di progetti specifici quali ad esempio motivazioni di vacanza (famiglia, sport, cultura, natura, ecc), eventi, club di prodotto, o alla commercializzazione di offerte legate agli stessi. In quest'ottica si è scelto di avvalersi di formati editoriali ridotti e con un trattamento grafico e fotografico più mirato ai target di riferimento (famiglia, sport, cultura, ecc).</p>	<p>L'azione è stata effettuata. In continuità con le azioni previste si è proceduto ad un aggiornamento della brochure istituzionale oltre alla realizzazione di una serie di strumenti editoriali utili alla promozione integrata di iniziative o motivazioni turistiche di rilievo. Materiali editoriali estate su mercati esteri quali Germania, Repubblica Ceca, Polonia e Inghilterra per la promozione della vacanza attiva, promocommerciali mirati sui mercati Polonia e Repubblica Ceca per quel che riguarda la vacanza a tema bike e trekking. In Olanda è stato realizzato un promocommerciale avente ad oggetto in particolare la vacanza outdoor (campeggi) oltre a prodotti istituzionali, quali il magazine di destinazione, a tema inverno, distribuito in allegato sui mercati Polonia, Repubblica Ceca e Germania, per rafforzare la marca trentino. In Italia si è lavorato invece sulla valorizzazione di cultura e sport ed eventi culturali/sportivi attraverso materiali quali il menu della cultura, i Suoni delle Dolomiti, la TrentoRovereto card, dalla Guerra alla Pace, oltre a materiali legati alla promozione di eventi sportivi estivi ed invernali. Precede inoltre il progetto integrato di comunicazione della Trentino Guest card con relativi materiali.</p>
<p>Fototeca</p>	<p>Archivio Fotografico 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 fotoservizi tematici contraddistinti dalla varietà dei temi e dall'attualità 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. Archivio fotografico Online Per il 2015 è prevista inoltre la fase di start up di un archivio fotografico online, sullo stile di quello video, che permetta la condivisione e la messa in rete di tutte le immagini fotografiche presenti nel nostro archivio e negli archivi delle Apt d'ambito.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Su questo fronte il 2015 ha visto succedersi fotografi e filmmaker di comprovata esperienza provenienti da tutta Italia e che, sulla scorta di quanto realizzato negli anni passati, hanno prodotto nuovi scatti in linea con il concept esperienze vere. Ha preso inoltre avvio la fase operativa del progetto di gestione dell'archivio foto online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e test, vedrà la luce nel 2016.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Su questo fronte il 2015 ha visto succedersi fotografi e filmmaker di comprovata esperienza provenienti da tutta Italia e che, sulla scorta di quanto realizzato negli anni passati, hanno prodotto nuovi scatti in linea con il concept esperienze vere. Ha preso inoltre avvio la fase operativa del progetto di gestione dell'archivio foto online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e test, vedrà la luce nel 2016.</p>

Ufficio	Progetto	Azioni	Rendicontazione
<p>Comunicazione Visual</p>	<p>Archivio Video</p>	<p>Archivio Video Vale quanto scritto per la fotografia. Con in più la necessità di consolidare e ampliare ulteriormente, in collaborazione con i territori, l'archivio video territoriale in alta definizione, strumento ormai indispensabile per rispondere adeguatamente alla crescente domanda di materiale da parte di realtà televisive nazionali ed estere: da Rai a Mediaset, dalle areali alle satellitari.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Come già evidenziato per l'archivio fotografico, anche sulla parte video si sono realizzati, attraverso videomaker di comprovata esperienza, numerosi prodotti volti a rafforzare il brand trentino in tutti i suoi aspetti. Ha inoltre preso avvio la fase operativa del progetto di gestione dell'archivio video online, realizzato in collaborazione con i territori, e che, dopo una serie di fasi di studio e test, vedrà la luce nel 2016. E' inoltre in fase di avvio anche il nuovo progetto di riprese da terra, condiviso con i territori, che ci impegnerà nel biennio 2016/17 nella produzione di nuove immagini funzionali alla comunicazione broadcaster.</p>



TRENTINO SVILUPPO SPA
 RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
 PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

B) ELENCO DELLE ATTIVITÀ EFFETTUATE E RIEPILOGO DEI COSTI SOSTENUTI

RAGGRUPPAMENTO PER MACROVOCI CONVENZIONE:

LETTERA CONV.	DESCRIZIONE	IMPORTO
A	STRATEGIA	-109.312,00
B	MARCA	-6.729.706,13
C	PRODOTTO	-841.740,45
D	MERCATI	-5.186.665,49
E	PRODOTTI TARENTINI	-2.493.401,25
G	PORTALE TURISTICO	-645.057,48
I	GRANDI EV./PROG. SPEC.	-2.810.687,89
J	REL. EST. / EDITORIA	-899.696,62
L	ALTRE ATTIVITA'	-9.554.842,58
CASSA UNICA B	Finanziamenti tra fondi PAT	-65.335.705,01
Totale lettera B per macrovoce		-94.606.814,89

RAGGRUPPAMENTO PER PROGETTO:

COD. PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
0002	segreteria gadget	-105.219,54
0003	comarketing mercato italia	-1.220,00
0003	comkt eventi sul territorio	-488.252,42
0004	expo2015	-9.869,80
0005	attività varie	-72.799,04
0006	sviluppo marca	-2.318,00
0007	marketing strategico	-109.312,00
0008	sviluppo progetti	-841.740,45
0009	evolutive portale e minisiti	-1.555,50
0010	progetti speciali	-452.031,04
0011	seo social web	-14.609,50
0012	web editing	-88.457,48
0014	canoni web	-88.403,96
0015	mice	-24.400,00
0016	bollettini	-13.115,00
0017	aquila basket	-355.953,88
0018	nazionale pallavolo	-3.440,00
0020	comarketing mercato italia	-238.557,15
0024	on line italia	-407.740,43
0035	fiera itb	-62.438,51
0036	altre fiere mercato germania	-37.900,00
0037	ufficio stampa germania	-20.178,65
0039	adac trentino	-74.908,83
0040	sportscheck	-243.135,66
0041	promocomm. est - mercato germania	-409.973,34
0042	promocomm. inv - mercato germania	-172.301,55
0045	adv estate inverno mercato germania	-1.173.465,76
0049	varie mercato germania	-149.857,64
0050	trentino trekking mercato germania	-86.645,20
0054	trentino bike	-180.612,89

TRENTINO SVILUPPO SPA
 RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
 PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

0056	comarketing ski club mercato gb	-25.620,00
0057	fiera vakantieburs	-37.277,27
0058	ufficio stampa mercato olanda belgio	-17.424,00
0059	promocomm. est mercato olanda belgio	-145.870,28
0065	promocommerc.inv mercato russo	-22.128,30
0066	to e linee aeree mercato russia	-21.124,62
0067	ufficio stampa mercato polonia	-900,00
0069	promocomm. inv mercato polonia	-76.222,88
0070	adv tv e web mercato polonia	-115.176,41
0073	progetto bike mercato polonia	-33.839,62
0074	ufficio stampa rep. ceca	-2.040,00
0075	promocomm. est mercato rep. ceca	-108.680,98
0076	promocomm. inv mercato rep. ceca	-78.866,07
0077	adv tv e web mercato rep. ceca	-274.365,11
0078	progetto trekking mercato rep. ceca	-5.416,95
0079	progetto bike mercato rep. ceca	-12.391,59
0080	trade europa	-177.923,00
0081	transfer	-21.116,37
0082	the alps	-5.000,00
0083	eventi mercato trasv	-95.633,18
0084	gbt	-3.960,00
0084	the alps/gbt	-254.421,33
0085	figs	-61.000,00
0086	trentino volley	-557.015,00
0087	bayern	-1.072.778,69
0088	napoli	-584.405,14
0089	fiorentina	-62.000,00
0091	fisi	-237.900,00
0092	squadra sci norvegia	-40.000,00
0093	ritiro pinzolo	-53.774,52
0094	trentino azzurro	-150.000,00
0097	nazionale basket	-62.701,40
0104	mat, allest, brochure eventi partnership sportive	-54.450,05
0105	eventi sport	-996.444,76
0106	sponsorizz. sportive atleti/squadre	-127.629,40
0107	incontri e conferenze stampa	-67.196,35
0108	sportelli media	-88.158,47
0109	redazione	-207.269,78
0110	servizi e strumenti di supporto	-48.226,31
0111	ospitalità giornalisti	-33.776,30
0112	comunicazione estero	-119.335,54
0114	editoria istituz. x stagioni	-109.717,45
0115	fototeca	-124.736,05
0116	archivio video	-68.417,74
0117	suoni delle dolomiti	-473.693,98
0118	dalla guerra alla pace	-58.100,48
0119	promozione montagna	-103.344,60
0123	film commision	-1.336.647,26

TRENTINO SVILUPPO SPA
 RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
 PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

0124	promozione cultura	-261.374,53
0129	consorzio vini	-1.364.682,85
0132	grappa trentina	-61.000,00
0134	fruit logistica	-101.627,93
0138	albe in malga	-21.521,77
0139	strade del vino	-27.450,00
0140	comunicazione di settore	-1.054,45
0141	artigiano in fiera	-343.304,11
0144	campagna di marca	-390.809,92
0145	trentino tv (tca e rttr)	-183.419,34
0147	centenario della grande guerra	-574.302,44
0147	la grande guerra	-250,00
0149	montagna di latte	-446.007,57
0151	skipass	-61.564,28
0152	salone del gusto	-43.846,30
0153	logistica	-79.225,32
0155	giro d'italia	-121.834,62
0156	tour de pologne	-250.600,00
0157	tour de ski	-244.000,00
0158	varie rep. ceca	-28.800,00
0159	varie polonia	-25.906,75
0160	varie mercato olanda belgio	-1.220,92
0161	varie mercato gran bretagna	-10.556,47
0162	trade gran bretagna	-23.878,32
0164	trade mondo	-37.800,76
0165	adv offline - mercato italia	-381.360,20
0166	altre attività web	-65.055,04
0167	fiera ttg rimini	-50.395,74
0169	attività slow food	-37,50
0169	comunicazione interna	-22.889,03
0170	attività slow food	-76.101,76
0171	altre attività promoz. prodotti	-7.858,96
0173	convenzione assessorato sport (eventi)	-41.999,98
CASSA UNICA	finanziamenti tra fondi pat	-65.335.705,01
ALTRE SPESE	commissioni e imposte di bollo	-1.575,12
ALTRE SPESE	oneri finanziari	-1.500,02
ALTRE SPESE	interessi	-447.830,31
ALTRE SPESE	iva	-3.212.966,91
ALTRE SPESE	movimento prima nota	-6.270,64
ALTRE SPESE	commissione gestione fondo	-2.400.000,00
ALTRE SPESE	iva commissione gestione fondo	-528.000,00
ALTRE SPESE	personale	-2.956.699,58
Totale lettera B per progetto		-94.606.814,89

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

C) SITUAZIONE DEGLI APPORTI DELLA PROVINCIA

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

TESORERIA	Prelievi dal sottoconto di tesoreria	70.000.000,00
-----------	--------------------------------------	---------------

Apporti della P.A.T. per il tramite del "Fondo attività economiche" (artt. 33 c.1 e 34 - L.P. 6/99)

Finanziamenti tra fondi PAT	22.593.142,00
-----------------------------	---------------

Totale lettera C	92.593.142,00
-------------------------	----------------------

La Provincia, date le restrizioni finanziarie a cui deve ottemperare, nel corso del 2013 ha chiesto alla Società di gestire unitariamente tutte le risorse finanziarie dei fondi provinciali, non vincolando quindi alcuna disponibilità ai rispettivi singoli fondi. A seguito di tale richiesta il Fondo marketing , per il finanziamento delle proprie attività ha utilizzato risorse del Fondo attività economiche verso il quale al 31/12/15 evidenzia una situazione di debito pari ad € 3.557.294,99.

TRENTINO SVILUPPO SPA
 RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
 PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

D) EVENTUALI RIMBORSI AL FONDO MARKETING VERSATI A QUALSIASI TITOLO

RAGGRUPPAMENTO PER MACROVOCI CONVENZIONE:

LETTERA PAT	DESCRIZIONE	IMPORTO
B	MARCA	125.264,11
C	PRODOTTO	331.117,71
D	MERCATI	838.857,57
E	PRODOTTI TARENTINI	181.481,26
G	PORTALE TURISTICO	161.598,35
I	GRANDI EV./PROG. SPEC.	146.820,00
I	SOPRAVV. ATTIVE	450.000,00
Totale lettera D per macrovoce		2.235.139,00

RAGGRUPPAMENTO PER PROGETTO:

COD. PROGETTO	DESCRIZIONE	IMPORTO
0008	sviluppo progetti	331.117,71
0010	progetti speciali	160.683,35
0024	on line italia	15.250,00
0026	pacchetti	915,00
0034	fiera free	1.220,00
0040	sportscheck	10.492,00
0041	promocomm. est - mercato germania	295.850,00
0042	promocomm. inv - mercato germania	48.800,00
0045	adv estate inverno mercato germania	1.220,00
0049	varie mercato germania	108,00
0050	trentino trekking mercato germania	42.700,00
0054	trentino bike	72.081,27
0057	fiera vakantiebus	8.540,00
0059	promocomm. est mercato olanda belgio	82.350,00
0069	promocomm. inv mercato polonia	24.400,00
0070	adv tv e web mercato polonia	6.100,00
0073	progetto bike mercato polonia	6.100,82
0075	promocomm. est - mercato rep. ceca	30.500,00
0075	promocomm. est mercato rep. ceca	73.200,00
0076	promocomm. inv mercato rep. ceca	24.400,00
0078	progetto trekking mercato rep. ceca	9.150,81
0084	the alps/gbt	25.000,00
0093	ritiro pinzolo	54.400,00
0117	suoni delle dolomiti	100.460,00
0118	dalla guerra alla pace	37.210,00
0124	promozione cultura	9.150,00
0134	fruit logistica	72.785,20
0141	artigiano in fiera	108.696,06

TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

0144	campagna di marca	110.014,11
0151	skipass	6.506,67
0164	trade mondo	2.928,00
0167	fiera ttg rimini	12.810,00
ALTRE ENTR.	indennizzo da definizione contenzioso miorelli	450.000,00
Totale lettera D per progetto		2.235.139,00



TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

E) AMMONTARE DEGLI INTERESSI ACCREDITATI

CAPITALIZZAZIONE INTERESSI	56,60
----------------------------	-------

Totale lettera E	56,60
-------------------------	--------------



TRENTINO SVILUPPO SPA
RENDICONTO DELLA GESTIONE - FONDO MARKETING-
PERIODO 01 GENNAIO 2015 - 31 DICEMBRE 2015

F) IL QUADRO DI RAFFRONTO PER SINGOLO PIANO ANNUALE CON INDICAZIONE, IN CORRISPONDENZA DELLE SPESE MASSIME PREVISTE, DELLE EFFETTIVE SPESE SOSTENUTE

Il dettaglio dei costi a consuntivo verrà presentato entro il termine di approvazione del bilancio di Trentino Sviluppo SpA



ALLEGATO C

**SITUAZIONE ECONOMICO - PATRIMONIALE
FONDO MARKETING
ART. 33 c.1 lettera A-bis L.P. 6/99**

FONDO MARKETING PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

(EX ART. 33, c.1, lettera A bis, L.P. 13 DICEMBRE 1999 N. 6)

Situazione patrimoniale del periodo amministrativo 01.01.2015 - 31.12.2015

	31.12.2015	31.12.2014
Stato patrimoniale attivo	17.972.519,30	43.199.767,86
A) Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti	0,00	0,00
B) Immobilizzazioni	8.096,00	8.096,00
I) Immobilizzazioni immateriali	0,00	0,00
II) Immobilizzazioni materiali	8.096,00	8.096,00
4) Altri beni	8.096,00	8.096,00
2) macchine d'ufficio elettriche	2.772,00	2.772,00
3) attrezzature industriali e commerciali	16.759,50	16.759,50
c) (Fondi di ammortamento)	-11.435,50	-11.435,50
III) Immobilizzazioni finanziarie	0,00	0,00
C) Attivo circolante	17.697.222,42	43.053.126,97
II) Crediti	17.336.733,60	42.914.160,86
1) Verso clienti		
1) Esigibili entro 12 mesi	1.561.281,22	41.001.046,11
a.1) Crediti documentati da fatture commerciali	1.509.769,94	40.995.946,11
i) Fatture da emettere	0,00	5.100,00
i) Note di accredito da ricevere	51.511,28	0,00
2) Verso imprese controllate		
1) Esigibili entro 12 mesi	13.270.931,97	0,00
b) Altri crediti	13.270.931,97	0,00
5) Verso altri		
1) Esigibili entro 12 mesi	2.504.520,41	1.193,75
d) Depositi cauzionali	1.200,00	0,00
c) Crediti diversi	0,00	1.193,75
e) Crediti verso Trentino Sviluppo per Iva	2.503.320,41	0,00
2) Esigibili oltre 12 mesi	0,00	1.911.921,00
d.1) Crediti v/PAT (saldo PO 2012)	0,00	1.911.921,00
III) Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	0,00	0,00
IV) Disponibilità liquide	360.488,82	138.966,11
1) Depositi bancari e postali		
a) Banche c/c attivi	360.488,82	138.966,11
D) Ratei e risconti	267.200,88	138.544,89
1) Disaggio sui prestiti	0,00	0,00
2) Vari	267.200,88	138.544,89
b) Risconti attivi	267.200,88	138.544,89
1) Entro 12 mesi	267.200,88	138.544,89
Stato patrimoniale passivo	17.972.519,30	43.199.767,86
A) Patrimonio netto	2.078.254,72	-15.752.298,18
I) Capitale	72.077.709,43	0,00
1) Fondi ex artt. 33 c. 1 lett. A L.P. 6/99	72.077.709,43	
VIII) Avanzo (oneri) di gestione esercizi precedenti	-48.477.730,63	-9.805.200,55
2) Avanzo di gestione esercizi precedenti		
3) Oneri di gestione esercizi precedenti	-48.477.730,63	-9.805.200,55
IX) Avanzo (oneri) di gestione del fondo	-21.521.724,08	-5.947.097,63
2) (Oneri complessivi di gestione del fondo)	-21.521.724,08	-5.947.097,63
B) Fondi per rischi e oneri	0,00	0,00
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	0,00	0,00
D) Debiti	15.861.264,58	58.952.066,04
VII) Debiti verso fornitori	7.953.490,99	8.660.586,27
1) Entro 12 mesi	7.953.490,99	8.660.586,27
a) Fornitori di beni e servizi	3.180.371,42	3.863.721,28
b) Fatture da ricevere	4.773.119,57	4.796.864,99
XII) Debiti tributari	9.375,04	17.005,07
1) Entro 12 mesi	9.375,04	17.005,07
d) Debiti verso l'Erario per ritenute operate alla fonte	9.375,04	17.005,07
XIII) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	529,00	0,00
1) Entro 12 mesi	529,00	0,00
a) Enti previdenziali	529,00	0,00
XIV) Altri debiti	7.897.869,55	50.274.474,70
1) Entro 12 mesi	4.340.574,56	3.974.474,70
f.1) Altri debiti ...	4.313.183,57	876.246,63
f.2) Verso Trentino Sviluppo	27.390,99	2.470.006,47
f.3) Verso Trentino Sviluppo per Iva	0,00	628.221,60
2) Oltre 12 mesi	3.557.294,99	46.300.000,00
f.1) Debiti verso fondo aree per finanziamento attività	0,00	10.000.000,00
f.3) Debiti verso fondo attività economiche per finanziamento attività	3.557.294,99	36.300.000,00
E) Ratei e risconti	33.000,00	0,00
II) Vari	33.000,00	0,00
b) Risconti passivi	33.000,00	0,00
1) Entro 12 mesi	33.000,00	0,00
Conti d'ordine	10.067.955,00	547.955,00
4) Altri conti d'ordine	10.067.955,00	547.955,00
a) Conti d'ordine del sistema improprio dei rischi	67.955,00	547.955,00
b) Fidejussioni da imprese controllanti	10.000.000,00	0,00

FONDO MARKETING PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

(EX ART. 33, c.1, lettera A bis, L.P. 13 DICEMBRE 1999 N. 6)

Situazione economica del periodo amministrativo 01.01.2015 - 31.12.2015

Conto economico	31.12.2015	31.12.2014
A) Valore della produzione	2.059.110,18	17.342.528,00
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni		
a) Corrispettivi cessioni di beni e prestazioni di servizi a cui è diretta l'attività dell'impresa	2.058.251,53	17.342.282,10
5) Altri ricavi e proventi		
a) Vari		
18) Proventi diversi	858,65	245,90
B) Costi della produzione	22.593.673,59	22.996.082,09
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	945.892,09	855.734,54
4) Prodotti finiti	945.892,09	855.734,54
7) Per servizi	21.552.644,46	22.055.501,93
16.1) Prestazioni tecniche esterne	1.041.722,74	1.126.496,09
16.2) Prestazioni tecniche interne	2.868.491,71	2.236.751,24
16.3) Commissione amministrativa	2.806.000,00	2.400.000,00
37) Comunicazione	5.027.229,09	5.769.980,14
38) Mostre e fiere	5.197.084,51	5.041.543,68
39) Sponsorizzazioni	4.116.263,48	5.085.830,90
47) Spese spedizione/trasporto	106.192,57	49.229,77
49) Spese postali	32,00	4,00
51) Spese servizi bancari	3.013,04	3.513,39
54) Spese ospitalità	217.409,48	212.677,56
56) Viaggi (ferrovia, aereo, auto ...)	352,12	1.163,98
57) Soggiorni (albergo, ristorante, bar ...)	158.081,12	127.646,18
64.1) Altre ...	10.772,60	665,00
8) Per godimento beni di terzi	79.917,36	76.384,97
1) Noleggio/renting/locazioni	79.917,36	76.384,97
10) Ammortamenti e svalutazioni	0,00	0,00
b) Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	0,00	0,00
2) Ammortamento finanziario impianti e macchinario	0,00	0,00
14) Oneri diversi di gestione	15.219,68	8.460,65
23) Altri oneri diversi di gestione	15.219,68	8.460,65
C) Proventi e oneri finanziari	-452.299,57	-338.073,30
15) Proventi da partecipazioni	0,00	0,00
16) Altri proventi finanziari	56,60	3.412,51
d) Proventi diversi dai precedenti		
4) Altri		
b) Interessi su depositi bancari	56,60	3.408,79
f) Abbuoni, sconti, e altri interessi	0,00	3,72
17) Interessi e altri oneri finanziari	448.171,36	342.722,14
d) Altri		
2) Interessi passivi sui debiti verso banche di credito ordinario	288,70	0,00
7) Interessi passivi su altri debiti verso Trentino Sviluppo spa	447.532,05	342.717,48
8) Sconti e altri oneri finanziari	350,61	4,66
17bis) Utili e perdite su cambi	-4.184,81	1.236,33
a) utili su cambi	974,78	3.570,10
b) perdite su cambi	5.159,59	2.333,77
D) Rettifiche di valore di attività finanziarie	0,00	0,00
E) Proventi e oneri straordinari	-534.861,10	44.529,76
20) Proventi	507.985,69	57.592,30
2) Varie		
b) Sopravvenienze attive	507.985,69	57.592,30
21) Oneri	1.042.846,79	13.062,54
3) Varie		
b) Sopravvenienze passive	1.042.846,79	13.062,54
23) Avanzo (Oneri) di gestione del fondo	-21.521.724,08	-5.947.097,63