

ALLEGATO B

SEZIONE MARKETING

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

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

Sezione marketing | Periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2024



a

Conoscenza del sistema

PAG. 3

b

Brand identity territoriale

PAG. 5



c

Sviluppo prodotto e alleanze strategiche

PAG. 10

d

Digital

PAG. 16

e

Comunicazione

PAG. 19



f

Grandi eventi e progetti speciali

PAG. 28

g

Analisi e presidio dei mercati

PAG. 32



h

Sostenibilità e sviluppo territoriale

PAG. 40

i

Sponsorizzazioni ed eventi sportivi

PAG. 45



j

Valorizzazione delle produzioni trentine

PAG. 50



k

Promozione del sistema culturale

PAG. 54

l

Sviluppo progetti interregionali

PAG. 55

m

Interventi a favore di specifici ambiti territoriali

PAG. 56

a/ CONOSCENZA DEL SISTEMA

progetto Conoscenza strategica

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Trentino Guest Card	<p>Il progetto è proseguito mantenendo la sua importanza strategica, sempre più operatori emettono la card e sempre più ospiti la ricevono apprezzandone i servizi inclusi e utilizzandola affiancata ai contenuti e alle proposte presenti in APP Mio Trentino.</p> <p>Nel 2024 è stata introdotta una nuova funzione che consente un uso più personalizzato della Guest CARD poichè permette la condivisione fra adulti appartenenti allo stesso gruppo che in questo modo possono fruire di servizi diversi contemporaneamente.</p> <p>Attraverso l'introduzione dello strumento "survey post vacanza", dal 2024 la Card ha aumentato la sua funzione conoscitiva portandoci ad ottenere importanti informazioni sulla percezione della vacanza e dei servizi.</p> <p>Nel corso del 2024 sono stati infine rimodulati alcuni contratti con fornitori e introdotti nuovi servizi.</p> <p>Trentino Marketign ha fornito costante assistenza anche alle APT nell'implementazione e gestione di card locali gestendo la complessità dell'offerta.</p>
Consolidamento di fonti che permettono di approfondire le tematiche definite nei macroobiettivi	<p>Vodafone: nel 2024 consolidamento della fonte, apertura delle dashboard alle apt, utilizzo della fonte per alcune indagini specifiche come il caso di Molveno, la Val Canali e la Val di Ledro.</p> <p>Mastercard: è stata attivata questa nuova fonte dati all'interno del contratto già in essere con HBenchmark. nel primo anno test si sono analizzate le consistenze della banche dati e sono state richieste alcune modifiche ai fornitori. nessun dato è stato ancora diffuso.</p> <p>Hbenchmark: nel corso del 2024 si sono recuperate diverse strutture dormienti raggiungendo l'obiettivo posto. è proseguita la sperimentazione con il comparto Campeggi.</p> <p>Trust you e Data Appeal: è proseguita l'analisi e la diffusione di queste due fonti dati oggi integrate nella reportistica mensile.</p>
Indagine sulla spesa del turista e nuovo canale di flusso dati con GDO e circuiti bancari	<p>L'analisi dei dati provenienti dalla GDO ha consentito, anche grazie alla collaborazione con UNITN e Ispat, di arrivare ad un modello che consente di differenziare, all'intero dei bilanci dei punti vendita, la spesa imputabile al turista da quella imputabile al residente. Tuttavia la mancata disponibilità da parte della GDO alla fornitura di un dato mensile non consente un monitoraggio in itinere di questi dati. Nel corso del 2024 non è stato attivato alcun flusso dati con gli istituti di credito e si preferisce consolidare prima la fonte dati Mastercard.</p>

progetto Analisi e monitoraggio dei mercati

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Monitoraggio situazione mercati tramite contatti con Tour Operator (anche tramite Apt)</p>	<p>Il progetto è proseguito mantenendo la sua importanza strategica, sempre più operatori emettono la card e sempre più ospiti la ricevono apprezzandone i servizi inclusi e utilizzandola affiancata ai contenuti e alle proposte presenti in APP Mio Trentino.</p> <p>Nel 2024 è stata introdotta una nuova funzione che consente un uso più personalizzato della Guest CARD poichè permette la condivisione fra adulti appartenenti allo stesso gruppo che in questo modo possono fruire di servizi diversi contemporaneamente.</p> <p>Attraverso l'introduzione dello strumento "survey post vacanza", dal 2024 la Card ha aumentato la sua funzione conoscitiva portandoci ad ottenere importanti informazioni sulla percezione della vacanza e dei servizi.</p> <p>Nel corso del 2024 sono stati infine rimodulati alcuni contratti con fornitori e introdotti nuovi servizi.</p> <p>Trentino Marketign ha fornito costante assistenza anche alle APT nell'implementazione e gestione di card locali gestendo la complessità dell'offerta.</p>
<p>HUB Travel Trade. Si tratta di un vero e proprio "portale" totalmente in lingua inglese dove tour operator, agenzie di viaggio, travel advisor, OTA, possono trovare informazioni adeguate per progettare e pianificare proposte turistiche in Trentino.</p>	<p>Azione effettuala.</p> <p>La sezione, curata dal Team Travel Trade di Trentino Marketing, con il supporto delle APT del territorio, si presenta oggi ricca di novità e di contenuti pensati per accompagnare gli operatori del turismo internazionale nella creazione di pacchetti e proposte da offrire ai propri clienti. Il portale ha l'obiettivo di tenere sempre aggiornato il mondo del travel trade riguardo a nuove procedure, regolamenti, novità e di dare informazioni sugli appuntamenti trade internazionali dove è possibile incontrare Trentino Marketing, le Apt e gli operatori del territorio.</p> <p>Contenuto: Trentino at a glance, esperienze ed itinerari, fornitori locali. novità della stagione in corso, elenco strutture, Trentino trade kit (estate ed inverno), eventi, fiere, workshop e info per fam trip personalizzati.</p>
<p>TRENTINO SUITE Digital Hub.</p> <p>Una sezione che offre contenuti, linee guida e strumenti utili per gli operatori del territorio (approfondimenti commerciali, proposte formative), una sezione che offre una panoramica sulla situazione socio-economica, politica e turistica dei maggiori mercati stranieri.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Monitoraggio mercati: ricevuti, processati e pubblicati tramite Suite circa 80 report per monitoraggio di Germania, Austria, Svizzera, Polonia, Rep. Ceca, Slovacchia, UK, Irlanda, Paesi Bassi, Belgio, Paesi CIS e Paesi Baltici. Realizzate 8 schede Paese.</p>

b/ BRAND IDENTITY TERRITORIALE

progetto Editoria

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per rafforzare ulteriormente l'efficacia di alcune azioni di comunicazione in Italia e all'estero nel 2024 è allo studio una nuova corporate editoriale e una serie di materiali specifici, legati alle esigenze delle singole aree aziendali, che possano rappresentare in maniera trasversale alcune delle peculiarità o motivazioni territoriali quali la cultura, l'outdoor o altri asset strategici per la comunicazione in Italia e all'estero, in relazione alla tipologia di evento e al target interessato (stampa, tour operator, fiere, eventi, altri interlocutori).</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Si è provveduto allo sviluppo di un progetto di corporate sviluppato su più livelli di approfondimento e che, a partire dai primi mesi del 2025, potrà essere utilizzato nello sviluppo di tutti i materiali editoriali utili alla comunicazione nazionale e internazionale del Trentino. Oltre ai progetti di routine, è stato anche predisposta una nuova linea grafica corporate e sono stati prodotti materiali ad hoc per la sensibilizzazione dei Grandi Carnivori sul territorio.</p>
<p>Il 2024 ci vedrà impegnati in un progetti editoriale legato al racconto della destinazione attraverso un volume fotografico che, assieme ad un prestigioso editore (Feltrinelli) e attraverso l'occhio di grandi autori della fotografia, svilupperà questa nuova narrazione fatta di dimensione umana, dimensione del paesaggio e stile di vita italiano alpino. Tale attività troverà poi compimento in un libro e in alcune attività espositive in prestigiose location italiane ed estere.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Il 2024 ha visto concludersi il lavoro di mappatura fotografica sviluppata assieme a Feltrinelli e grazie al lavoro die professionisti messi in campo. Tale attività, grazie alla curatela di Denis Curti, ha iniziato a trovare una sua dimesione all'interno di una pubblicazione di grande pregio che verrà edita nel 25.</p>

progetto Archivio fotografico e video

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Concludere in collaborazione con il team IT, l'implementazione di tutti i contenuti fotografici e video in maniera strutturata e completa, rendendoli fruibili a tutti i team aziendali nonché alle Apt e agli stackholder territoriali attraverso delle procedure codificate, e attivando inoltre trimestralmente momenti di formazione specifici</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Assieme al team IT si è lavorato per rendere fruibile il nuovo DAM Adobe, in primis attraverso la migrazione dei contenuti dal vecchio al nuovo archivio, e in seconda battuta attraverso attività di formazione aziendale specifica per ognuno dei team interessati. Il progetto è inoltre stato esteso alle APT con le quali si sta procedendo a formazione e implementazione anche per quel che riguarda i loro contenuti.</p>

progetto Brand identity territoriale

AZIONI

Rafforzamento della brand identity territoriale, attraverso il presidio di tutti i touch point possibili.

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata effettuata. Anche sulla parte inerente il branding si sono realizzati, in autonomia o in collaborazione con la Provincia, in conformità a quanto indicato dall'art.7 comma 4 della Convenzione, una serie di brandizzazioni o strumenti di comunicazione aventi l'obiettivo di rafforzare la notorietà del brand dentro e fuori il territorio Trentino. Nello specifico si sono inoltre realizzati aggiornamenti e ristampe di materiali editoriali istituzionali e tematici, video istituzionali e tematici per la comunicazione istituzionale della Pat, di un nuovo progetto di segnaletica coordinata e coerente con il brand legato alle piste ciclabili del Trentino e ai centri del fondo per la parte invernale. È stato inoltre creato un manuale che possa guidare la produzione testuale e video di tutti i contenuti di Trentino, per garantire una voce unica. Il corposo progetto, portato a termine anche grazie alla collaborazione delle APT, contiene:

- La Strategia: descrizione dettagliata di vision, mission, posizionamento, payoff, tone of voice
- Le Visual Guidelines: descrizione del logo e sue applicazioni, regole di co-branding, color palette, family feeling, typography
- Lo Stile Immagini: definizione del trattamento visivo di foto e video per singolo canale, online (inclusa l'app Mio Trentino) e offline, uniformando le diverse provenienze (shooting video/foto e banche immagini, e definendo criteri di scelta di nuove produzioni. Conterrà un focus specifico per quanto riguarda la produzione di contenuti organici in linea con il nuovo format "storie".
- Lo Stile di Scrittura: definizione dello stile e di scrittura di testi offline e online in modo da garantire una coerenza stilistica verbale su ogni media e dare ogni content creato delle linee guida di utilizzo chiare e precise anche nell'utilizzo / esclusione di parole specifiche. Conterrà un focus specifico per quanto riguarda la produzione di contenuti organici in linea con il nuovo format "storie".

progetto Partnership Montura

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Rafforzamento della partnership con Montura attraverso due progettualità principali: I Suoni delle Dolomiti e il Sentiero della Pace</p>	<p>L'azione è stata effettuata Si è conclusa fattivamente la collaborazione con Montura su I Suoni delle Dolomiti, attraverso il coinvolgimento sempre maggiore di personaggi o artisti che permettano di creare sempre maggiori sinergie tra musica e montagna, rafforzando lo spirito culturale del festival anche e soprattutto a livello internazionale. Per quanto riguarda il Sentiero della Pace, è stata concretizzata un'intensa attività di comunicazione, anche con il coinvolgimento del collettivo Và Sentiero e che ha visto la mappatura completa del sentiero sia per la parte di tracciatura gps sia per quella di documentazione testuale e fotografica che confluirà nel 2025 in una guida edita da Rizzoli, oltre all'organizzazione di eventi sul territorio.</p>

progetto Parchi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto Back to Nature: attività di valorizzazione dei parchi e delle tematiche della sostenibilità e biodiversità</p>	<p>L'attività è stata realizzata in parte. Sono stati pianificati alcuni passaggi strategici e organizzativi funzionali alla partenza del progetto. Assieme ai tre parchi naturali e alle aree protette presenti in Trentino, e con il supporto tecnico di FujiFilm e Altro Versante, è stato ragionato attorno ad un progetto di documentazione fotografica e video avente ad oggetto natura, rapporto tra uomo e natura, fauna e flora e che potesse raccontare il tema attraverso punti di vista e obiettivi diversi per ognuno degli stakeholder coinvolti.</p>

progetto Visual

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Produzione di contenuti visual a supporto delle campagne e delle attività organiche di presidio dei nostri canali, nel rispetto della Brand Voice e con un particolare focus sul format "Storie"</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Il 2024 ha visto il team Visual&Branding impegnato in una corposa attività di shooting e di coordinamento di agenzie al fine di ottenere prodotti adeguati sia per i canali offline che online, presidiando tutti i formati: immagini, video, reel, infografiche, ecc. Per quanto riguarda il format storie, nel 2024, sono state prodotte e/o pubblicate 15 storie, sia di campagna che organiche. Nello specifico: Nicoletta Andreis / Lisa Angelini / Antonio Prestini / Caterina Gagliano / Famiglia Santuliana / Giacomo Bertagnolli / Alexander Kilde / Paternoster / Pravis / Nicola Degiampietro e Gian Zeni / Hauffe / Odorizzi / Zanoni / Battocletti / Benini Floriani</p>

progetto Partnership Areoporto Valerio Catullo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Proseguimento della partnership che il Trentino (la Provincia autonoma di Trento) ha avviato attraverso un'importante partnership con l'Aeroporto Valerio Catullo, tesa alla valorizzazione del nostro territorio nei confronti dei milioni di passeggeri in arrivo in questo importante scalo.</p>	<p>L'attività è stata effettuata, con l'aggiornamento costante dei materiali e il loro posizionamento all'interno dell'aeroporto Valerio Catullo, tesa alla valorizzazione del nostro territorio nei confronti dei milioni di passeggeri in arrivo in questo importante scalo, anche in avvicinamento dell'appuntamento Olimpico del 2026. Anche il 2024 ci ha infatti visti impegnati sulla vestizione dello scalo, attraverso cambi stagionali, degli spazi a disposizione con l'obiettivo di creare un racconto strutturato e immersivo della destinazione. In particolare l'inverno 24/25 ha visto la comunicazione Olimpica più presente all'interno dello spazio, a cui si sono aggiunti due grandi pannelli esterni a supporto della comunicazione sul tema.</p>

progetto Gadget Promozionali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Per veicolare il marchio territoriale Trentino, è importante avere a disposizione gadget di diversa natura e valore da distribuire in occasione di manifestazioni fieristiche ed eventi organizzati direttamente da Trentino Marketing e dalle Istituzioni provinciali o in partnership con soggetti territoriali.</p>	<p>L'azione è stata effettuata. Si è provveduto all'approvvigionamento ed all'utilizzo di materiale per la promozione del marchio ""Trentino"" sviluppando alcuni nuovi oggetti che possano servire allo scopo. In particolare una box per vini e prodotti realizzata con legno bostricato e carta e un oggetto di rappresentanza (farfalla) in legno e acciaio da utilizzare nelle occasioni di rappresentanza.</p>

progetto Stand e attrezzature espositive

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Attività di gestione e mantenimento delle strutture espositive a disposizione per soddisfare le esigenze di promozione del territorio nelle varie manifestazioni di interesse per la promozione territoriale.</p>	<p>L'attività è stata eseguita. Con il supporto del Servizio Ripristino della Provincia sono state costantemente realizzate le operazioni di manutenzione ordinaria delle varie strutture espositive che si rendono necessarie a seguito del loro intenso utilizzo. Nel corso del 2024 sono state effettuate le manutenzioni allo stand e la realizzazione di nuovi pavimenti per eventi indoor, di nuovi moduli di minipavillion (5 moduli) e di totem autoportanti per identificazione location in occasione dei festival.</p>

progetto Attività varie**AZIONI**

Strutturare e rendere operativo un sistema di gestione e rendicontazione efficace ed efficiente dei flussi relativi alle campagne di comunicazione, da sviluppare in accordo con il team DM, con l'agenzia di comunicazione e il centro media.

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata effettuata. è stato predisposto un workflow che prevede un allineamento settimanale tra tutte le componenti coinvolte (TM, Ogilvy e Mindshare) nel quale discutere su stato di avanzamento delle attività, piani media e altre tematiche utili a facilitare i flussi e la condivisione con tutti i team dei vari task e dal quale viene generato un recap settimanale a beneficio di tutti. Parallelamente a questo attività si sono strutturati dei file condivisi e visibili a tutti nei quali vengono specificati i flussi di campagna, le tempistiche e i materiali da produrre (visual e copy) in modo che tutti possano, per la loro parte, integrare avendo un quadro complessivo della situazione generale e dell'avanzamento di tutti i materiali.

c/ SVILUPPO PRODOTTO E ALLEANZE STRATEGICHE

progetto ATA Garda

AZIONI	RENDICONTAZIONE
I prodotti locali per arricchire la proposta turistica e allungare la stagione.	Nel corso del 2024 sono state portate a termine tutte le azioni pianificate a seguito del progetto di studio e analisi realizzato in collaborazione con la professionista del settore Roberta Garibaldi e il suo staff. In particolare si è portata a termine la realizzazione del "sentiero dell'olivo" ad Arco, percorso ludico e didattico che porta alla scoperta del prodotto principe del Garda Trentino ovvero l'"olio". Sono stati inoltre realizzati la "carta dell'olio" e il "toolkit ristorazione" importanti compendi per la crescita della qualità del settore ristorativo, attraverso la valorizzazione dei prodotti locali. Infine, in risposta all'obiettivo di accrescere il livello qualitativo degli eventi enogastronomici esistenti, è stato definito e diffuso un vademecum con le linee guida da seguire per essere inseriti nella rassegna autunnale "Garda con gusto".
Vela: uno sport per 4 stagioni	Nel 2024 si è lavorato per impostare quello che oggi è il progetto più importante per l'ambito Garda ovvero il progetto "vela 365" volto ad ampliare la stagione degli sport acquatici favorendo una prima stagionalità invernale. Il progetto consta di due pilastri: la riqualificazione dell'area Conca d'Oro per la quale è stato avviato un concorso di idee e l'acquisto di imbarcazioni e allestimento palestra per effettuare l'attività sportiva in inverno. Nel 2024 è stata effettuata un'approfondita attività di scouting sui possibili fornitori e sono stati raccolti tutti i preventivi per procedere agli affidamenti delle forniture
Gestione della mobilità in Valle di Ledro	Come da azioni programmate, si è lavorato insieme ai consulenti individuati per la stesura del piano di mobilità della Valle di Ledro. Nel corso del 2024 è stata fatta l'analisi della situazione e del contesto, anche attraverso la somministrazione di questionari e il montaggio di sensori contamezzi, sono state avviate alcune sperimentazioni e si è arrivati a presentare il piano strategico, con 32 azioni realizzabili, all'amministrazione comunale a dicembre 2024.
Lago di Tenno	In proseguimento a quanto avviato nel 2023 si è completata la fase 2 del progetto di analisi e riprogettazione dell'esperienza di vacanza al Lago di Tenno. In particolare si è lavorato alla produzione di uno studio di fattibilità sulla riqualificazione dell'area parcheggi e viabilità di accesso e si sono organizzati, in stretta sinergia con l'amministrazione comunale, momenti pubblici di condivisione di quanto prodotto e, con gli operatori, di progettazione delle azioni di messa a terra.

Club Comano Terme	Nel corso del 2024 si è dato avvio al club "aquavita" volto a migliorare le performance commerciali delle strutture ricettive di Comano in stretta sinergia con le Terme. Sono state prodotte le prime offerte commerciali, realizzata una landing page e creato il catalogo di offerta servizi.
Golf Alto Garda	È stato completato lo studio di fattibilità del Golf nella zona individuata e valutata la compatibilità con la presenza di numerose vestigia della guerra tutelate da apposita normativa. E' stato inoltre prodotto un documento di fattibilità economica e lo studio del necessario approvvigionamento idrico.
Altri progetti attivati	Sull'ambito Garda, nel corso del 2024 sono inoltre stati attivate le seguenti progettualità: <ul style="list-style-type: none"> - percorso di certificazione GSTC per ApT e per operatori (ad oggi 22 adesioni) - analisi dati bike Park tramite attivazione di apposito contratto con Vodafone - progettazione tracciati per trail park in area sciabile Polsa/san Valentino -avvio progetto per nuovo concept di ospitalità in Valle dei Laghi (con valorizzazione delle esperienze di Enoturismo)

progetto ATA Città, Laghi, Altipiani

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Primo distretto turistico sostenibile	In merito al percorso di certificazione GSTC intrapreso da tutte le 4 apt afferenti a questa ATA, nel 2024 si sono raggiunti i seguenti obiettivi prefissati: <ul style="list-style-type: none"> -ottenimento della certificazione per le APT di Trento, Rovereto e Alpe Cimbra -ottenimento della certificazione di un gruppo di strutture ricettive dell'ambito Val Sugana (prima esperienza a livello internazionale) - avvio piano di comunicazione della sostenibilità per le apt coinvolte tramite consulenza specializzata
Valorizzazione del prodotto enoturistico	Nel 2024 è stato avviato il percorso di analisi, valorizzazione e crescita del prodotto enoturistico del Trentino. Il progetto che inizialmente era limitato all'ambito della ATA Città, laghi e altipiani, è stato poi, per opportunità, esteso a tutto il territorio vitivinicoli del Trentino con l'obiettivo di arrivare ad un posizionamento chiaro di tutto il Trentino nel panorama dell'offerta enoturistica nazionale e internazionale. dopo una lunga e accurata fase di ascolto si è arrivati alla stesura di un piano strategico di posizionamento che delinea anche le azioni da perseguire (compresa una necessaria ridefinizione dell'assetto di governance provinciale oggi a presidio dei prodotti vitivinicoli e della loro promozione).

Valorizzazione della cultura come driver di vacanza	Nel 2024 è stato avviato e concluso uno studio volto a fotografare lo status quo del prodotto culturale, in particolare dei musei, come elemento di attrazione verso le destinazioni dell'ATA Città Laghi e Altipiani. Lo studio ha previsto una analisi dei siti web dei musei, delle ApT e di una selezione delle strutture ricettive delle DMO oltre a una analisi tramite survey a ospiti, residenti e guide turistiche. Il complesso delle azioni intraprese ha consentito di analizzare strumenti di marketing e promocommercializzazione dei diversi soggetti, modalità di fruizione e customer journey di visitatori con anche un focus sullo strumento museum pass.
Turismo delle radici	Il 2024 è stato proclamato l'Anno delle Radici Italiane nel mondo con la precisa volontà di incrementare relazioni e rapporti tra italiani e italiani all'estero. Le azioni intraprese a supporto di questo obiettivo del Ministero degli Affari esteri ci hanno visti partecipare per il terzo anno consecutivo alla Borsa delle Radici che si tiene a Matera, con uno speech di racconto del Trentino e dei luoghi delle radici - Altopiano della Vigolana e Santa Paolina - e con la partecipazione al workshop B2B con oltre 30 TO internazionali interessati. Abbiamo mantenuto le proficue relazioni con l'UMSE Ufficio Emigrazione partecipando alla conferenza annuale dei Consulenti degli emigrati trentini nel mondo tenutasi online il 30.01.2025.

progetto ATA Dolomiti Orientali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Monitoraggio della mobilità d'ambito	L'azione è stata svolta tramite il posizionamento di sensori contamezzi posizionati in punti strategici per una valutazione dei flussi. Per la raccolta di questi dati è stata predisposta una dashboard integrata In Trentino Dashboard per una consultazione in tempo reale dei dati.
Hiking Dolomites Ronda	Il 2024 è stato il secondo anno di collaborazione sul progetto triennale in oggetto, sono state eseguite tutte le azioni di sviluppo prodotto (con individuazione dell'anello che coinvolge la Val di Fassa) e le azioni di promozione previste dal piano. Il progetto è coordinato da Dolomiti Super Ski.
Progetto ATA Dolomiti Bike	In attesa dell'attivazione del tavolo provinciale "Bike" per l'aggiornamento della normativa con particolare focus sui temi della segnaletica e della realizzazione di Trai Center, ulteriori azioni sono state quindi rimandate.
Riqualificazione Passi Dolomitici	L'azione è stata avviata e proseguirà nel corso dell'anno 2025. È stato stipulato un protocollo di intesa fra i principali stakeholders (Comune, Apt, comunità di Valle, Parco e società impianti) e avviata una relazione con SOS - School of Sustainability di Mario Cucinella per un affiancamento "di visione strategica".

progetto ATA Dolomiti di Brenta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Monitoraggio Skibus	L'azione di monitoraggio del servizio skibus per l'intera stagione invernale 23/24 sugli ambiti di APT Paganella, Apt Val di Sole e APT Campiglio è stata completata. I dati sono stati raccolti e integrati in Trentino Dashboard.
Monitoraggio uffici info	L'azione di monitoraggio degli accessi agli uffici info degli ambiti di APT Paganella, Apt Val di Sole, APT Val di Non e APT Campiglio è stata completata. I dati sono stati raccolti e integrati in Trentino Dashboard. Il monitoraggio è tuttora attivo e proseguiranno anche sul 2025.
Hotspot management	Il progetto di analisi della capacità di carico di 4 hotspot turistici dell'ambito Brenta si è concluso nel 2024 per Vallesinella e Lago di Tovel mentre è proseguito con alcune importanti sperimentazioni sul Lago di Molveno e Lago dei Caprioli. In modo particolare su Molveno è stata introdotta la possibilità di prenotazione del parcheggio e si è curata la campagna di informazione per una gestione più consapevole dell'accesso al Lago, sul Lago dei Caprioli invece si è testata una nuova forma di mobilità collettiva con accesso al lago dal comune di Ossana (zona Valpiana).
Valorizzazione Castelli	Questa progettualità non è stata attivata perché la medesima tematica è diventata oggetto di un project work del percorso di formazione TSM sullo sviluppo di prodotto turistico. Si è pertanto deciso di attendere gli esiti di questa ricerca.
Bike e Trekking	Per lo sviluppo del prodotto bike intorno al massiccio del Brenta, preservando e rinforzando le specificità di prodotto già introdotte sui territori abbiamo lavorato per: <ul style="list-style-type: none"> - migliorare le infrastrutture di ricarica ebike in ambito Campiglio - ripristinare in sinergia con il Parco Adamello Brenta un tratto di sentiero strategico di collegamento fra gli ambiti Campiglio e Val di Sole e manutentati altri tracciati secondo un piano di interventi definiti congiuntamente con APT e PNAB - progettato lo sviluppo del segmento Gravel in Val di Non attraverso mappatura dell'esistente e individuazione di nuovi tracciati

progetto Progetti trasversali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Infomobilità turistica in APP Mio Trentino	La fase sperimentale di inserimento dei servizi di mobilità privata (skibus e navette estive), organizzate dalle APT e più in generale dai territori, in app Mio trentino è stata sostenuta nel 2024 dalle ATA
Sentiero della pace	All'interno del progetto più ampio di valorizzazione del sentiero della pace, ATA hanno realizzato nel 2024 la mappatura dei tracciati di variante avvenuta attraverso la collaborazione con Và Sentiero.

progetto Fishing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Trentino Fishing	<p>Nel 2024, sono state coinvolte in Trentino Fishing altre 4 associazioni pescatori, che hanno sottoscritto l'accordo di collaborazione e hanno messo in vendita i loro permessi online sulla app.trentinofishing.it.</p> <p>È nato un nuovo permesso inter-ambito, il Garda Dolomiti Superfishing, che comprende le acque di 6 associazioni pescatori, rappresentando, dal punto di vista turistico, un prodotto interessante, oltre che ottimo spunto di comunicazione.</p> <p>Dal punto di vista promozionale, Trentino Fishing ha partecipato, con modalità diverse, a varie manifestazioni fieristiche a tema, sia in Italia che all'estero: New York - Charleroi - Vicenza - Friedrichshafen - Fürstentfeldbruck. Le fiere sono state occasione di contatto con TO e giornalisti specializzati, poi invitati a conoscere direttamente le nostre acque con fam trip dedicati.</p> <p>Un dato: nel 2024 i permessi venduti tramite la app trentinofishing sono passati dai 3046 del 2023 a 5083 per un fatturato di € 121 mila (€ 80.600,00 nel 2023).</p>

progetto Ospitalità trasversali e club di prodotto

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Supervisione e coordinamento delle attività di coaching in carico alle APT	<p>L'attività è stata costante durante tutto l'anno e si è concretizzata in diversi incontri singoli con le APT.</p> <p>Nel corso del 2024 si è avviata una sperimentazione con le APT di Fassa, Fiemme e San Martino che consta di un invio bisettimanale dei dati Hbenchmark specifici per ambito con un'analisi personalizzata delle performance del settore ricettivo.</p> <p>Si è inoltre avviato un nuovo tavolo di lavoro denominato T.connect con il personale delle APT incaricato del coaching e dell'utilizzo degli strumenti di sistema con l'obiettivo di tener monitorate le performance in questo ambito e di individuare assieme nuove evolutive sugli strumenti in atto.</p>
Crescita delle ospitalità verticali con supporto alle attività di promozione e commercializzazione.	<p>Per tutte le tipologie di ospitalità presenti (appartamenti, FAITA, B&B di qualità, Rifugi) è stato predisposto e condiviso il report con i dati del settore e le performance rispetto all'utilizzo degli strumenti di sistema. Il canale TRentino Suite è stato costantemente aggiornato e implementato di nuove funzioni.</p> <p>Nel 2024 si è portato a termine il percorso di affiancamento per la rinascita del club di prodotto Vita Nova svolto in collaborazione con TSM e si è individuato un partner per l'impostazione della strategia di comunicazione delle strutture aderenti.</p>

d/ DIGITAL

progetto Trentino Guest Platform

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Ottimizzazione e diffusione del DAM alle APT, attivazione del classificatore, Sistema di Single Sign On</p>	<p>Il sistema per la gestione degli asset digitali (DAM) è stato diffuso a tutte le APT. La TGP si è arricchita con uno strumento che permette la classificazione automatica di contenuti su una tassonomia comune. Ciò permetterà di abilitare il contattato di utenti sulla base degli interessi mostrati durante la navigazione. In più è stato sviluppato il sistema si SSO che permetterà di accedere agli asset digitali con un unico account.</p>

progetto Visittrentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Attivazione del sistema di classificazione, integrazione dei contenuti della TGP, Miglioramento dell'accessibilità e integrazione SSO</p>	<p>Nel 2024 i contenuti di Visittrentino sono stati integrati nella TGP permettendo così l'attivazione del sistema di classificazione alla base del sistema di raccomandazione basato sugli interessi. Sono inoltre state sviluppate le necessarie integrazioni per rendere Visittrentino accessibile a utenti con disabilità. Infine è stata sviluppato e integrato negli ambienti di test il sistema di SSO cross canale.</p>

progetto Mio Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Verifiche per progetto di carrello unico nel marketplace e del digital concierge basato su chat.</p>	<p>Sia il progetto di carrello unico che di digital concierge non hanno incontrato al momento l'interesse prioritario durante i board TGP, per cui si è data maggiore priorità su altre priorità. In particolare è stato sviluppato il sistema di condivisione delle guest card che ha portato un sensibile aumento dei download dell'APP e lo sviluppo ulteriore del sistema di mobilità con la mappatura dei parcheggi e delle colonnine di ricarica per auto elettriche. In più sono stati integrati nel planner della mobilità anche gli skibus e le navette per i trasporti di breve raggio.</p>

progetto Marketing Automation

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Attivazione di nuovi flussi mail, push notification e valorizzazione di quanto implementato	<p>Nel 2024 sono state inviate più di 7 milioni di mail con una crescita del 112% rispetto allo scorso anno e un aumento del 51% dell'open rate. E' stata attivata una nuova mail basata sulla marketing automation che permette la ricezione di suggerimenti giornalieri su cosa fare durante la propria vacanza a livello di singola APT. In più è stato chiuso l'accordo di collaborazione con le singole APT che ha portato a una collaborazione per l'invio di email e push notification che consentono di valorizzare tutte le aree del Trentino.</p> <p>Nei primi mesi della collaborazione sono state inviate quasi 600.000 mail con un delivery rate del 99,6% e un open rate del 21%. Inoltre, sono state inviate a ospiti geolocalizzati circa 14.000 push notification per promuovere iniziative locali.</p>

progetto Customer Care

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Valorizzazione del sistema di customer care e incremento di nuovi ticket	Il sistema è stato reso maggiormente visibile in APP Mio Trentino permettendo la ricezione e la gestione di circa 3.500 ticket con una crescita del 25% e un coinvolgimento delle APT

progetto Mio Trentino Business

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Valorizzazione del progetto per renderlo pienamente operativo	Il progetto risulta operativo con un incremento del 107% degli operatori registrati rispetto allo scorso anno. Risulta però ancora debole l'adozione in numero assoluto. Al fine di stimolare l'adozione sono stati integrati i seguenti servizi: invio di mail automatiche per ricordare di aggiornare il dato; l'integrazione di Google Business Profile per permettere l'aggiornamento automatico degli orari anche su Google. Lo strumento è stato anche aggiornato per supportare gli infopoint come strumento per comunicare in modo agevole lo stato di apertura o chiusura degli operatori

progetto Grandi Eventi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Adozione di un sistema di registrazione digitale per gli accrediti e per l'accesso del pubblico ai grandi eventi organizzati dalla Azienda.	Attività eseguita. Il festival dell'economia, il Trentodoc Festival e il festival dello sport hanno utilizzato anche quest'anno un sistema di accredito digitale per la parte di VIP e ospiti importanti, anche la parte di registrazione del pubblico e di loro ammissione alle varie location previa esibizione del pass ricevuto in fase di registrazione.

progetto Trentodoc Festival

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Migliorare il sito e aumentare il numero di eventi in vendita	Abbiamo aggiornato e perfezionato il nuovo sito del festival coordinando il tavolo degli stakeholder e partner del festival (RCS e Istituto Trentodoc, oltre che ai colleghi dell'area dedicata internamente), https://www.trentodocfestival.it/ . Abbiamo aggiornato l'integrazione nel sito del sistema feratel per la parte di acquisto degli eventi a pagamento e Mticket per la gestione del palinsesto e la registrazione agli eventi a pagamento, seguendo poi ogni aspetto di messa online dal fine tuning grafico e informativo al il posizionamento SEO. Quest'anno abbiamo gestito anche un numero più elevato di eventi in vendita con risultati soddisfacenti.

progetto Suoni delle Dolomiti

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Sviluppare il nuovo sito in preparazione al trentennale	Il sito è stato sviluppato ed è consultabile a questo indirizzo https://www.isuonidelledolomiti.it/ . Ha previsto la presentazione del festival, del programma, degli artisti e dei luoghi iconici coinvolti. Una sezione blog permette di essere aggiornati sulle evoluzioni

e/ COMUNICAZIONE

progetto Incontri e conferenze stampa

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Saranno organizzati incontri in Italia e all'estero per presentare progetti e iniziative relativi ai vari settori d'attività. Le redazioni nazionali saranno inoltre alimentate, anche attraverso una costante attività di PR, con contenuti "notiziabili". A tale attività si aggiungeranno le conferenze stampa locali relative a progetti, iniziative e contenuti sviluppati dalle varie Aree di Trentino Marketing.</p>	<p>Azione effettuala DACH: 4 incontri stampa e due media workshop IMM e ITB Berlino CZ: 2 incontri stampa e 2 visita redazioni PL: 4 incontri stampa e 2 visita redazioni UK: 2 incontri stampa e 1 media workshop NL: 2 incontri stampa/ B: 1 incontro stampa NORD EU: 1 incontro stampa</p>

progetto Attività di Media PR Italia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Presidio adeguato dei principali contenitori stampa e TV sul mercato nazionale, per una valorizzazione consapevole e mirata del brand Trentino</p>	<p>L'azione è stata effettuata, attraverso le seguenti attività: Cartella stampa stagionali, lanci e comunicati con tematiche coerenti con il ped</p> <ul style="list-style-type: none"> - Attività costante con le redazioni ed i giornalisti con l'invio di spunti/suggerzioni in linea con il ped e risposta puntuale alle diverse richieste stampa specifiche - Aggiornamento sezione stampa Visit Trentino - Attività di comunicazione e media PR a supporto dei Grandi Eventi - Visite alle redazioni - Presidio PR con i principali contenitori TV, tramite progetti editoriali ad hoc. A titolo esemplificativo: primavera: 3 puntate di Melaverde - 1° luglio registrazioni puntata Masterchef (Mart Rovereto) - 7/13 luglio servizio GEO (Primiero) - 14/20 luglio servizio GEO (Val di Peio) - 15/20 luglio registrazione videoclip Eurosport (Val Fassa e Garda trentino) - 19 luglio servizi Italia1-Studio aperto + TV locali (Tovel) - 21/26 luglio 2 servizi Alle Falde del Kilimangiaro-Cacciatore di Paesaggi (Val di Non/Campiglio e Val di Fiemme) - 30 luglio servizio RAI1-UnoMattina Estate (Paganel-la) - 1 agosto servizio RAI1-UnoMattina Estate (Giudicarie) - 3-6 settembre Linea Verde Life (Trento e dintorni) <p>Coperture prima neve e aperture impianti</p> <p>Conferenze stampa: 06/11 Lancio Inverno - 11/09 Conferenza stampa Festival dello Sport - 12/09 Punto stampa Sentiero della Pace - 18/09 Conferenza stampa Wired Next Fest</p> <p>Viaggi stampa a presidio di ogni stagione. A titolo esemplificativo: Fine agosto Donna Moderna (Valsugana) - 4-6 settembre Sara Canali freelance per Marieclaire (trekking Suoni delle Dolomiti) - In occasione del Festival I Suoni delle Dolomiti viaggi stampa individuali</p>

progetto Agenzie PR e estero

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

progetto Servizi e strumenti di supporto

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Press room / Sezioni stampa</p> <p>Le sezioni dedicate alla stampa, declinate nelle lingue dei vari paesi su cui opera Trentino Marketing, si dimostrano uno strumento sempre più strategico per alimentare di contenuti le varie redazioni e fidelizzare i rapporti con giornalisti di carta stampata, TV, radio e web.</p> <p>Rassegna stampa</p> <p>Un puntuale ed attento monitoraggio della presenza del Trentino sui media di carta stampata, radio, tv, web, in Italia ed all'estero, permette sia di misurare l'efficacia delle strategie di comunicazione messe in atto sia di verificare quali siano i temi, i progetti, i prodotti turistici che raccolgono maggiormente l'interesse degli operatori dei media e che sono quindi funzionali in un'ottica di comunicazione giornalistica.</p>	<p>L'azione è stata realizzata.</p> <p>Press room / Sezioni stampa</p> <p>Sezioni stampa nelle varie lingue con integrazione di nuove storie e di comunicati ad hoc. Per la sezione DACH è stata inserita una nuova parte ispirazionale con una serie di temi ed idee per viaggi stampa al fine di stimolare i giornalisti</p> <p>Lanci:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DACH: 20 lanci e pitches / PL: 15 lanci e pitches/ CZ: 14 lanci e pitches / UK: 13 e pitches / NL: 12 lanci e pitches. Si aggiungono costanti invii di informazioni/novità/curiosità mirate per mantenere il contatto costante con le redazioni. <p>Rassegna stampa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DACH: 1349 articoli (controvalore di 11.4895.000 Euro) / PL: 351 articoli (per un controvalore di 2.819.115 Euro) / CZ: 950 articoli (controvalore di 17.250.000 Euro) / UK: 204 articoli (controvalore di 1.125.852 Euro) / NL: 179 articoli (controvalore di 5.253.111 Euro).

progetto Viaggi stampa e progetti TV estero

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si organizzano viaggi stampa individuali e di gruppo rivolti a giornalisti nazionali ed esteri al fine di valorizzare peculiarità ed eccellenze turistiche delle quattro stagioni: da quelle sportive a quelle culturali, passando per l'enogastronomia, l'ambiente, ecc. Particolare attenzione sarà rivolta come sempre ad attirare sul territorio troupe televisive di programmi e contenitori ritenuti rilevanti per il rafforzamento dell'immagine del nostro territorio. Si supporteranno altresì viaggi stampa, organizzati da APT e ProLoco e soggetti altri, su temi e progetti condivisi.</p>	<p>Attività realizzata: PL: 1 viaggio stampa di gruppo e 3 individuali + 1 progetto TV "Eska on the beach" (Eska TV) - CZ: 2 viaggi stampa di gruppo e 5 individuali + 1 progetto TV "TV NOVA news (apertura sci) - UK: 3 viaggi stampa di gruppo e 7 individuali + 1 progetto TV "Married at First Sight" (Channel 4) - NL: 2 viaggi stampa di gruppo e 8 individuali - B: 1 viaggio stampa individuale - USA: 1 viaggio stampa individuale - NORD EU: 1 viaggio stampa di gruppo 2 individuali - DACH: 3 viaggi stampa di gruppo e 17 individuali + 1 progetto TV ZDF (rete nazionale)</p> <p>Viaggi stampa internazionali:</p> <p>Tour of the Alps: viaggio stampa internazionale organizzato in condivisione con l'area sport ad aprile (17-20/4) nella zona delle due tappe del giro in Trentino, in Valsugana. Presenti 10 giornalisti da CH, Austria, Rep. Ceca, Polonia, Svezia, Danimarca, Olanda.</p> <p>Trentodoc Festival: viaggio stampa internazionale organizzato nel mese di settembre (19-22/9) a Trento e dintorni in occasione del Trentodoc Festival. Presenti 7 giornalisti da Germania, UK, Rep. Ceca, Polonia, Francia, Spagna, Olanda.</p> <p>I Suoni delle Dolomiti: viaggio stampa internazionale nelle Dolomiti di Brenta in occasione del concerto dell'alba dell'8 settembre. Presenti 9 giornalisti da Francia, Portogallo, Rep. Ceca, Polonia</p>

progetto Trentino Film Commission

AZIONI

Supporto a progetti televisivi/cinematografici, di particolare rilevanza per la promozione del territorio trentino in particolare sui mercati esteri.

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata effettuata.

Prosegue il rafforzamento della sinergia con la Trentino Film Commission che si è tradotta in un costante scambio di informazioni ed azioni di supporto, a livello logistico ed anche a livello di contenuti, ciascuno secondo la propria competenza. Tra le collaborazioni, la più importante è stata quella a sostegno di Vermiglio, nominato rappresentante dell'Italia agli Oscar 2024, con la cui casa di produzione abbiamo instaurato una collaborazione per ottenere visibilità negli Stati Uniti. Abbiamo inoltre partecipato ai costi della realizzazione del docufilm americano "Mountain Roots" sul turismo delle radici.

progetto Content Hub

AZIONI

Presidio di tutti i canali proprietari di Trentino, con un'adeguata Content Strategy in linea con il Piano Strategico dei Contenuti (sito Visit Trentino, siti Festival, NL, App Mio Trentino ecc)

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata effettuata, grazie ad un'attenta pianificazione di produzione e aggiornamento dei contenuti su tutti i nostri canali. In particolare:

Sito Visit Trentino e siti dei Festival: aggiornamento costante e produzione di nuovi articoli a presidio di tutte le moodboard stagionali in tutte le lingue; produzione di articoli seo-oriented; produzione di landing page. Il 2024 ha inoltre visto il team Digital Hub lavorare su tre progetti editoriali speciali: Prosegue il lavoro dedicato ai 3 grandi progetti:

MUSEI: racconto per stagione di un museo maggior e di uno minore. Il racconto si sviluppa intorno a un oggetto iconico conservato nel Museo. Ogni Museo ci offre anche l'occasione per raccontare la storia di un personaggio che ha fatto grande il Trentino (De Gasperi, Clesio, ...)

CASTELLI: leggende e/o storie curiose, narrate con le parole e con le immagini

RIFUGI: attraverso il racconto di una selezione di rifugi, recuperiamo il racconto delle origini dell'alpinismo

Sono state rafforzare anche le tematiche dell'accessibilità e della sostenibilità. Per quest'ultima, è stato creato un hub dedicato, per uno storytelling che riesca a trasferire i valori ambientali, economici, sociali del nostro territorio.

Mio Trentino APP: continua il supporto alle APT per un presidio adeguato dei contenuti dell'app. Nel 2024, si è lavorato con impegno ad un'ulteriore omogeneizzazione dei contenuti, anche tramite formazione one to one con i referenti delle varie APT.

Newletter e DEM: la pianificazione di NL e Dem ha visto un'importante ottimizzazione dei contenuti, esplorando nuove modalità di narrazione con crescite sull'open rate a doppia cifra. A titolo esemplificativo, sul database Italia, l'OR è passato dal 9% al 14,5%. Si è inoltre lavorato sulle attività di marketing automation per l'invio di NL a tutti gli utenti dell'App Mio Trentino, in collaborazione con ogni Apt di riferimento.

progetto Influencer Marketing e Digital PR

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Valorizzazione del brand Trentino attraverso collaborazioni mirate con Content Creator e attività di digital PR</p>	<p>L'azione è stata effettuata, grazie ad un'attenta pianificazione di attività di influencer marketing a presidio delle stagioni, dei principali mercati target e dei principali driver di vacanza. Nel 2024, sono stati contrattualizzati circa 80 influencer per lo più internazionali, sono stati prodotti e distribuiti circa 1.500 contenuti con una reach stimata di 25 milioni di persone. Sono state inoltre pianificate ed implementate una serie di attività di digital PR, presidiando contenitori digitali verticali (ad esempio Koomot e Bergfamilie) e i canali di atleti e squadre partner. Il monitoraggio delle performance di campagna è garantito dall'utilizzo di adeguati software di misurazione.</p>

progetto Social Media

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Presidio dei canali social di Visit Trentino e dei Festival, nel rispetto delle logiche di canale, del ruolo di ciascun canale all'interno della channel strategy e del Piano Strategico dei Contenuti</p>	<p>L'azione è stata effettuata, tramite la creazione di piani editoriali ad hoc per stagione, con una strategia di pubblicazione "always on" e il presidio di tutti i canali social media di Visit Trentino (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) e dei vari festival. I contenuti prodotti e pubblicati hanno coperto tutte le principali tematiche previste dal Piano Editoriale Aziendale, come le Terre Alte - fortemente connesse con lo sport e la vita outdoor - i laghi balneabili, natura e benessere, la cultura, le produzioni e enogastronomia e i grandi eventi culturali e sportivi. Grande attenzione è stata data alle belle stagioni e ad alcuni pillar valoriali, come la prudenza in montagna, la sostenibilità e l'accessibilità. I piani editoriali sono stati costruiti in forte sinergia con i principali stakeholder territoriali e sono stati declinati attraverso un sapiente mix di formati. Il monitoraggio delle performance è garantito dall'utilizzo di adeguati software di misurazione.</p>

progetto Grandi Carnivori**AZIONI**

Supporto per la comunicazione dei Grandi Carnivori

RENDICONTAZIONE

L'attività è stata realizzata attraverso queste iniziative: contrattualizzazione e supporto alla PAT, ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione, all'agenzia di comunicazione Comin & Partner per tutte le attività di issue management e crisis management, per l'esecuzione dell'indagine DOXA sui residenti trentini al fine di valutare il sentiment della popolazione circa questa tematica, coordinamento e contrattualizzazione di un tool di social listening, esecuzione di un progetto grafico e relativa produzione di tutti i materiali di comunicazione (brochure, cartellonistica, ecc). Complessivamente sono stati prodotti: oltre 200.000 brochure; 100 cartelli formato 80x160cm da apporre su parcheggi di attestamento e altri luoghi di passaggio; 1000 cartelli formato A3 da applicare in sostituzione di quelli già presenti sul territorio; 700 cartelli formato 15x15cm da applicare sui cartelli SAT lungo i sentieri

progetto Campagne di marca e tematiche off-line

AZIONI

Al fine di ottimizzare gli investimenti, l'ipotesi di pianificazione prevede:

- un investimento importante per rafforzare il posizionamento del brand in Italia nelle belle stagioni, attraverso un'attenta pianificazione TV e il presidio di stampa qualificata, con alcuni progetti editoriali di prestigio
- investimenti mirati a supporto delle verticali "outdoor", attraverso una pianificazione TV paneuropea e il presidio di testate specializzate su singoli Paesi e per singole passioni, con pressione diversa a seconda della stagionalità

RENDICONTAZIONE

Le azioni seguenti sono state regolarmente eseguite sia in Italia che all'Estero come di seguito dettagliate.'

AUTUNNO Italia

Stampa: 57 avvisi in doppia pagina e publiredazionali sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia

TV: 229 spot da 15/30 secondi sulle principali emittenti (Rai, LA7), con il 78% di prime time più sei settimane di pianificazione Cartoline Meteo Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

Radio: pianificazione su Radio 24 per un totale di 122 spot andati in onda

AUTUNNO Estero

Stampa: 5 speciali advertorial multi pagina su testate in target in Germania; inoltre sono stati pianificati spazi ADV e Redazionali sulle tre testate (cartacee e digital) del gruppo: Bike Magazine, sulle seguenti tematiche

Surf: EMTB Magazine - Bike Magazine: 6 pagine uscite il 2 settembre - Surf: 8 pagine uscite il 20 agosto - EMTB Magazine: 8 pagine uscite il 20 agosto

1 speciale advertorial su testata target in Polonia + copertura digital

TV • Pianificazione paneuropea Eurospot

INVERNO Italia

Stampa: 41 avvisi in doppia pagina sulle principali testate quotidiane e periodiche del panorama stampa Italia più 18 avvisi in doppia pagina su stampa quotidiana e periodica a supporto della coda inverno

TV: Cinque settimane di pianificazione Cartoline Meteo Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris) - Pianificazione paneuropea Eurosport

Publiredazionali: 12 uscite in multi pagina su stampa quotidiana e periodica

INVERNO Estero

Campagna Spot da 15/30 secondi ed elementi di sponsorizzazione da 6 secondi su Eurosport Paneuropeo a copertura dei principali eventi sportivi, Coppa del Mondo Sci Alpino in primis - Campagna TV nei Paesi target Norvegia, Svezia, Polonia, Rep Ceca - Pianificazione paneuropea Eurospot

PRIMAVERA Italia

Stampa: 18 avvisi in doppia pagina sulla principale stampa quotidiana e periodica - Progetto editoriale speciale D Repubblica (48 pg) - Progetto editoriale speciale Living (72 pg)

TV: Campagna spot da 15/30 secondi su LA7, Rai e Sky per un totale di oltre 1000 passaggi - 6 settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

PRIMAVERA estero

Stampa: advertorial multipagina sulle testate target nei Paesi Germania, Polonia, Rep Ceca, Olanda, Scandinavia

TV: campagna spot Svizzera con 298 spot da 20 secondi - pianificazione paneuropea Eurospot

ESTATE Italia

Stampa: 25 avvisi in doppia pagina sulla principale stampa quotidiana e periodica

TV: Sei settimane di pianificazione Cartoline Mete Mediaset (Canale 5, Rete 4, Italia 1, 20, Iris)

ESTATE estero

Stampa: 6 advertorial multipagina su testate target in Germania, 2 in Olanda

ALTRI PROGETTI 2024

ITALIA: Campagne a coperture eventi Festival Economia, Sport, TrentoDoc, Marcialonga, Fishing, Suoni delle Dolomiti / Campagne Locali - Conferenza stampa lancio inverno Media Nazionali (Milano)

ESTERO: Fishing / Campeggi / Moto Turismo/Bike

progetto Campagne di marca e tematiche online

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagne istituzionali su belle stagioni per almeno il 60% delle risorse disponibili.	L'azione è stata parzialmente portata a termine. Il bilancio complessivo dell'investimento ha pesato maggiormente sulla promozione delle belle stagioni, ma nella misura del 53,34% del totale investito sulle campagne istituzionali. Sul risultato ha pesato il cambio strategico per la stagione estiva, che ha visto trasferire sul digitale una buona parte delle risorse dell'offline per un focus sui mercati esteri - anche in vista della complessità meteorologica del periodo primavera/estate. Le sessioni su visittrentino sono leggermente diminuite rispetto all'anno precedente -4.73% per la primavera, ma cresciute con un aumento del 53% dei click verso il sito per la stagione autunnale rispetto all'anno precedente.
Aumento della copertura e della pressione internazionale per favorire l'aumento dei flussi dai Paesi europei o extra-europei	Attività effettuata. La pianificazione 2024 ha visto una distribuzione Italia/Estero del budget 58% all'estero, abbiamo concordato con la direzione diversi focus nel corso delle campagne stagionali focalizzate sui mercati esteri: in estate il budget usuale è stato incrementato di 700.000 euro da dedicare alla copertura ulteriore dei mercati europei; in inverno, ulteriori 100.000 rispetto al piano originale sono stati stanziati per rinforzare la pressione sui mercati scandinavi e per sondare nuovi mercati scout per il prodotto sci, come Romania, Croazia e Slovenia. In generale le sessioni da campagna dai mercati esteri sono cresciute su visittrentino dell'87% rispetto al 2023, passando da 2,5MIO a quasi 5MIO.
Contenere l'aumento dei prezzi medi di acquisto di clic e impression entro il 10% (con riferimento al 2023)	Il costo medio di acquisto del clic non solo non è aumentato, ma è stato abbattuto nel 2024 di un ulteriore 21% (da 0,23€ a 0,21€). rispetto alla già importante diminuzione del 2023 sul 2022. La strategia di pianificazione si è orientata al consolidamento del nuovo placement full funnel di google, che garantisce prezzi di acquisto del click molto vantaggiosi. Il CPM resta sostanzialmente invariato, +2%, da 2,42 a 2,47%. traffico da campagne aumentato di 52% a fronte di un aumento spesa del 27%.

progetto Comunicazione interna

AZIONI

Per la promozione e valorizzazione delle attività realizzate da Trentino Marketing sul territorio provinciale si prevede di presidiare in modo continuativo e attento la comunicazione aziendale diffondendo le progettualità e le iniziative verso i media e gli stakeholders locali utilizzando diverse strategie:

- a) Pianificazione mirata sui media locali (giornali/TV/radio/web) di publireadazionali e spazi advertising.
- b) Organizzazione, in collaborazione con il Team Italian Media PR, Press & Adv e Area Sport & Great Events, di conferenze stampa locali, nazionali e inaugurazione Festival.
- c) Aggiornamento dei contenuti e immagini del sito corporate aziendale (www.trentinomarketing.org).
- d) Alimentazione costante di "Trentino Review", piattaforma dedicata alla consultazione interna di una selezione di articoli stampa/web locale e nazionale originati non solo dalla nostra attività, ma anche da quella del territorio o di altri soggetti esterni che con nuove idee/proposte/progetti stimolino la nostra creatività.
- e) Gestione e supporto organizzazione sedute del Consiglio di Amministrazione.
- f) Spedizione mensile della newsletter interna TMnews per informare e coinvolgere gli attori del turismo e il territorio trentino, comunicando le attività, le iniziative e le strategie attivate per sviluppare e promuovere progetti di marketing territoriale e turistico sul nostro territorio e supportando il comparto turistico nelle strategie e azioni di commercializzazione.
- g) Coordinamento, in occasione del ventennale di Trentino Marketing, del progetto per la realizzazione del sito web con un'antologia delle iniziative più significative.

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata effettuata tramite le seguenti attività:

- a) Sono stati prodotti: 11 publireadazionali su Turismo&Ospitalità (ASAT), 3 su Trentino Mese, 9 su Trentino TV e 9 su RTTR/RTT la radio, una collaborazione con la trasmissione Tv Fiammiferi consistente in spot e definizione di tematiche strategiche per TM all'interno di ciascuna delle puntate del 2024.
- b) nel corso del 2024 sono state organizzate le seguenti iniziative: il 20 marzo a Trento e l'11 settembre a Milano le conferenze stampa di presentazione della 7° edizione del Festival dello Sport, mentre il 10 ottobre a Trento, presso il Teatro Sociale l'inaugurazione del Festival dello Sport - il 9 aprile a Milano la conferenza stampa di presentazione della 19° edizione del Festival dell'Economia, mentre il 23 maggio a Trento, presso il Teatro Sociale l'inaugurazione del Festival dell'Economia - il 19 aprile a Trento la conferenza stampa di presentazione della 29° edizione de "I Suoni delle Dolomiti" - il 4 maggio a Trento, presso il Cinema Modenala presentazione del Docufilm Rebalance - il 6 maggio a Rovereto, presso il Mart la presentazione dello Speciale LIVING dedicato al Trentino - il 24 giugno e il 18 settembre a Rovereto le conferenza stampa di presentazione della 2° edizione del Wired Next Fest - il 27 settembre a Rovereto, presso il Teatro Zandonai l'inaugurazione del Wired Next Fest - il 27 giugno a San Michele all'Adige la presentazione della 3° edizione del TRENTODOC Festival, mentre il 19 settembre a Trento l'inaugurazione del TRENTODOC Festival - il 12 settembre ad Arte Sella la conferenza stampa di presentazione del Sentiero della Pace - il 6 novembre a Milano, presso la Torre Allianz la conferenza stampa di presentazione de "l'Inverno in Trentino l'Anteprima per te".
- c) è stato effettuato, con il supporto del partner tecnico e in coordinamento con il team CRM e digital marketing e sales support, un robusto intervento di restyling del sito corporate, in particolare riguardo alla home page, che ha visto l'introduzione di nuove sezioni con elementi dinamici e capaci di rinnovarsi nel tempo (Highlights - Cosa facciamo - banner di collegamento con Visittrentino.info); l'integrazione e ottimizzazione layout del CMS; l'ottimizzazione della visualizzazione da mobile; l'integrazione, sia nel menù di navigazione, sia in altre pagine del sito, di TMAnthology, sito/archivio dedicato alla storia di Trentino Marketing.
- d) Nel corso dell'anno sono stati inseriti nella piattaforma 4727 articoli selezionati stampa/web.
- e) Nel corso dell'anno sono state convocate e gestite n. 11 sedute del Consiglio di Amministrazione.
- f) E' stata predisposta e inviata mensilmente la newsletter aziendale "TMnews" a stakeholders e strutture ricettive del Trentino. E' stato inoltre fornito il supporto al Team Sales support per l'invio di newsletter ad hoc "Speciale Operatori" inviata solo a questi ultimi. Nel complesso sono state inviate 11 TMnews e 3 TMnews Speciale Operatori.
- g) Il progetto relativo alla realizzazione del sito web (TM Anthology) dal 2003 al 2023 è stato completato e integrato nel sito corporate aziendale. A fine del secondo semestre si è inoltre predisposto un lavoro di raccolta e catalogazione delle principali attività svolte nel 2024 che saranno inserite nel portale. L'attività ha riguardato la raccolta di testi (descrizione delle attività svolte), immagini, video ed allegati vari che verranno pubblicati ad inizio 2025.

f/ GRANDI EVENTI E PROGETTI SPECIALI

progetto Festival dello Sport

AZIONI

Il Festival dello Sport ricopre un ruolo prestigioso nel panorama dello sport "parlato" rappresentando di fatto un unicum grazie ad una proposta senza paragoni che coinvolge sportivi e personalità di spicco nel panorama sportivo internazionale. È diventato in pochi anni un'attrattiva turistica efficace per Trento e i territori limitrofi garantendo un'importante occupazione alberghiera ed un eco mediatico molto rilevante. Il Festival è possibile grazie partnership molto forte con La Gazzetta dello Sport con cui Trentino Marketing co-organizza il festival. È possibile dunque comunicare efficacemente un Trentino sportivo, dove l'attrattiva outdoor è avvalorata da un ambiente naturale ideale in cui le strutture sportive garantiscono una pratica sportiva sempre appagante. Anche in questo modo è possibile consolidare il legame tra sport e Trentino.

RENDICONTAZIONE

Il progetto è stato realizzato. In particolare: Il Festival dello Sport 2024 ha potuto contare su un folto pubblico presente a Trento nella quattro giornate di kermesse. Il titolo del Festival è stato "Nati per Vincere" con una presenza massiccia di personaggi legati al mondo dello Sport (oltre 300 ospiti e 150 appuntamenti). Questi ospiti appartenenti a dimensioni sportive delle più varie, uniti a specifiche azioni promosse in città come esibizioni, camp sportivi, mostre e incontri coi campioni, hanno permesso una vasta copertura sui media nazionali e internazionali di settore. Oltre 50mila le presenze del pubblico che ha potuto godere degli eventi in programma. Novità del 2024 è stato l'interpretariato simultaneo tramite cuffiette proprie e interpreti in remoto. Per quanto riguarda le proposte di contenuto degno di segnalazione l'evento con lo slakeliner Jaan Roose che ha performato sopra la Piazza del Duomo, per uno spettacolo live senza precedenti e una diffusione mediatica massiccia. Sempre importante infine la presenza degli studenti, che nel 2023 ha toccato le 2.000 unità

progetto Festival dell'Economia

AZIONI

Il Festival dell'Economia rappresenta da 19 anni l'appuntamento di maggiore spessore sui temi socioeconomici che caratterizzano i tempi moderni. La partecipazione pubblica e gratuita agli appuntamenti permette a Trento di aprire le porte ad un pubblico numeroso di visitatori, addetti ai lavori, ospiti di caratura internazionale e importanti testate giornalistiche. Il 2024 ha confermato il successo della precedente edizione organizzato dal Gruppo 24 ORE con Trentino Marketing per conto della Provincia Autonoma di Trento. Hanno contribuito come partner istituzionali il Comune di Trento e l'Università di Trento.

RENDICONTAZIONE

Il progetto è stato realizzato. In particolare: Nel 2024, Il Festival dell'Economia di Trento ha celebrato la diciannovesima edizione confermando il successo della kermesse sia in termini di proposta scientifica che di eventi collaterali. Sono stati oltre 700 tra relatori e moderatori protagonisti nei 330 eventi in programma tra Festival, "Fuori Festival", "Economie dei Territori", "Incontri con l'autore" e le dirette-evento di Radio 24; palinsesti che sono stati proposti in 5 Piazze e 20 sale della città, animati da oltre 40.000 presenze. Tra il pubblico, tantissime le famiglie presenti, provenienti anche da fuori Trentino e una grande partecipazione di giovani, molti studenti universitari, ma anche di istituti di scuola secondaria superiore. Anche per il 2024 gli stakeholder del territorio hanno avuto la possibilità di raccontarsi e raccontare i loro progetti più strategici all'interno di un palinsesto dedicato "Economia dei territori", promuovendo così al grande pubblico le eccellenze trentine. Nel 2024 si è confermato il percorso legato alla certificazione ISO 20121 che ha monitorato con successo il modello di gestione sostenibile dell'organizzazione dell'evento. Novità del 2024 è stato l'interpretariato simultaneo tramite cuffiette proprie e interpreti in remoto.

progetto I Suoni delle Dolomiti

AZIONI

Il Festival I Suoni delle Dolomiti è da 29 anni la colonna sonora dell'estate trentina e la sua valenza emozionale e comunicativa, rilanciata anche dal riconoscimento, da parte dell'Unesco, delle Dolomiti quale patrimonio naturale dell'Umanità, confermano il suo ruolo strategico per la promozione del Trentino nel mondo. La Direzione artistica è affidata al prestigioso musicista Mario Brunello

RENDICONTAZIONE

Il progetto è stato realizzato. In particolare: Il Festival "I Suoni delle Dolomiti" ha avuto luogo dal 29 Agosto al 29 Settembre 2024 nei territori di Val di Non, Val Rendena, Altopiano della Paganella, Val di Fiemme, Val di Fassa e San Martino di Castrozza-Primiero con la collaborazione delle 6 APT e di numerosi soggetti pubblici e privati del territorio (comuni, società impianti, gestori rifugi, corpi volontari dei vigili del fuoco, soccorso alpino, croce rossa, ecc). Il trekking e i 18 concerti in cartellone hanno visto la partecipazione di un pubblico numeroso e appassionato. Complessivamente sono state circa 16.000 le persone che hanno partecipato. Lo spostamento temporale del festival, evento strategico per l'immagine della montagna del Trentino, si è riconfermato efficace anche nella costruzione del prodotto turistico incentrato sulle "nuove stagioni". Si è confermato anche nel 2024 l'inserimento in programma di 4 concerti accessibili raggiungibili anche da parte di persone con disabilità motoria. Novità del 2024 è stata l'iscrizione dei Suoni delle Dolomiti alla EFA European Festivals Association, circuito di circa 100 Festival europei di alto livello, al fine di creare connessione artistica e promozionale.

progetto Salone del Libro

AZIONI

Il Salone del libro è la più rinomata fiera dell'editoria italiana, che si svolge ogni anno a Torino nel mese di maggio. Le azioni sono volte alla realizzazione di un presidio nella fiera, capace di dar lustro e promozione al territorio trentino e all'editoria di montagna

RENDICONTAZIONE

Il progetto è stato realizzato. In particolare: partecipazione al Salone del Libro attraverso uno stand Trentino che ha visto la realizzazione di uno spazio chiamato "Sala della montagna" dedicato alle presentazioni dei libri di montagna, sia di editori trentini sia di editori di prestigio nazionale. Inoltre anche nel 2024 è stata l'occasione per Trentino e le ApT di promuovere la proposte di vacanza nell'ambito culturale. Il progetto è realizzato in collaborazione con il Trento Film Festival in qualità di curatore scientifico della Sala della Montagna e di Premio Itas in qualità di sponsor.

progetto Giovani talenti sport invernali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il progetto si pone l'obiettivo di strutturare in Trentino una rappresentativa agonistica di punta per lo sci alpino e lo sci di fondo, capace di essere allo stesso tempo un efficace strumento di comunicazione per il territorio. Le azioni da mettere in campo sono volte quindi al supporto del progetto per questa finalità.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate. Si è dato seguito a quanto previsto dall'accordo della Giunta Provinciale in data 18 giugno 2018, del protocollo di intesa con il Comitato Trentino della Fisi per lo sviluppo del progetto nelle stagioni 2022/2025, e con il Comitato Trentino della FISG per lo sviluppo del progetto nelle stagioni 2023/2025. La Provincia ha affidato l'esecuzione dello stesso a TS, attraverso TM. L'impegno è stato confermato a seguito di una nuova ed analoga delibera della Giunta Provinciale. L'intervento è stato quindi realizzato in conformità alle indicazioni ricevute dalla Provincia in osservanza a quanto previsto dall'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS</p>

progetto Olimpiadi e Paralimpiadi Milano-Cortina

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito del progetto Olimpiadi e paralimpiadi Milano-Cortina 2026 sono in particolare riferite al coinvolgimento dei cittadini trentini con progetti, eventi e azioni di comunicazione volti alla conoscenza del progetto.</p>	<p>Le azioni sono state effettuate. In particolare si segnala:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produzione e collocamento di installazione 5 cerchi e agitos sul territorio della Val di Fiemme e di Trento. - Collaborazione con Pat in riferimento al progetto Sport di cittadinanza (attività eseguita ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS) - Progettazione di un piano di vestizione territoriale e di materiali brandizzati per promuovere l'evento - Collaborazione con Pat per organizzazione – promozione – materiali promozionali in riferimento alle mostre Anelli di Congiunzione e Performance presso le Gallerie di Piedicastello - Promozione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali attraverso l'area comunicazione in attività redazione e di pr, si segnala in particolare lo spazio dedicato ai Giochi in occasione della Conferenza Stampa di lancio della stagione invernale in Trentino, svoltasi a Milano

progetto Candidatura Youth Olympic Games 2028

AZIONI

Le azioni sono volte alla realizzazione del materiale utile per la Candidatura ai Giochi Olimpici giovanili 2028

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata richiesta ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS. Nel 2024 non sono state realizzate attività

progetto Wired Next Fest

AZIONI

Il Wired Next Fest è il più importante festival gratuito dedicato ad innovazione, tecnologia, scienza e cultura. Nel 2024 si è svolta per la seconda volta una tappa in Trentino, in particolare a Rovereto. Si tratta di un grande evento che offre una finestra sul futuro e sulle sfide da affrontare, sulle competenze da sviluppare, ma anche sull'eredità di un passato che può essere guida in questo processo di trasformazione. L'evento è organizzato dal Gruppo Conde Nast, e Trentino Marketing funge da sponsor principale dell'evento

RENDICONTAZIONE

Il progetto è stato realizzato. In particolare:
Titolo dell'edizione 2024 è stato "Impossibile". L'innovazione e la tecnologia hanno reso possibile quello che spesso nell'immaginario collettivo era impossibile, si è quindi riflettuto sulle frontiere raggiunte, sui prossimi traguardi e le sfide che ci aspettano.

Novità del 2024 è l'aggiunta di 2 giornate di attività. In particolare la giornata del giovedì che ha visto l'organizzazione di un importante evento B2B rivolto alle aziende trentine e non trentine per riflettere su tematiche trasversali di comune interesse. Mentre la giornata del venerdì è stata dedicata in particolare a contenuti di interesse per gli Istituti scolastici, che hanno risposto fin da subito in maniera interessata e massiccia.

Sono stati 4 giorni - dal 27 al 29 Settembre - di musica, dibattiti, interviste, laboratori creativi ed esperienze per dare voce a esperienze e testimonianze che hanno aiutato il grande pubblico a comprendere come stiamo costruendo oggi il mondo di domani. Al fine di permeare il palinsesto di contenuti scientifici strategici per il territorio trentino è stato costituito un Comitato Scientifico che, oltre al Direttore di Wired Italia Federico Ferrazza, vede la presenza anche di FBK, Università di Trento, FEM, Fondazione HUB Innovazione Trentino, MUSE-Museo delle Scienze, Istituto Provinciale per la ricerca e la sperimentazione educativa della Pat, Iprase.

Si conferma l'interesse del pubblico per questa proposta, si sono infatti superate le 13.000 presenze.

La sponsorizzazione di TM ha garantito, oltre allo svolgimento dell'evento in loco, anche un'importante presenza del marchio Trentino durante l'evento stesso e nelle altre tappe del Wired Next Fest, nonché spazi promozionali all'interno delle testate on line e off line del Gruppo Condè Nast.

Si è dato seguito a questa iniziativa ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.

g/ ANALISI E PRESIDIO DEI MERCATI

progetto Fiera ITB Berlino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>ITB Berlino (5-7 marzo) è la Borsa del Turismo più grande a livello mondiale, con ca. 6.000 espositori più di 90.000 visitatori professionali da 161 Paesi di tutto il mondo. L'evento è dedicato esclusivamente al trade. Questo appuntamento si conferma anche come evento mediatico di grande rilievo internazionale per i numerosi incontri in programma. E' prevista la presenza istituzionale di Trentino Marketing.</p>	<p>Manifestazione effettuata. Stand Trentino di 122 mq. con ospitalità. Presenti 5 APT e una DMC.</p>

progetto Goodbuy Trentino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Si prosegue nella proposta di un grande "workshop provinciale", invitando direttamente gli operatori nazionali ed internazionali sul territorio. L'evento si è svolto in Garda Trentino ad aprile, dedicato all'estate e alle belle stagioni, ed ha visto il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino.</p>	<p>Azione effettuata. GBT si è svolto a Riva del Garda dal 21 al 24 aprile 2024 con il pieno coinvolgimento delle APT di ambito, delle Agenzie, dei Club di Prodotto, delle Organizzazioni di categoria nonché di Enti e Istituzioni a vario titolo coinvolte nella promozione, nell'ospitalità e nella valorizzazione del territorio trentino. Alcuni dati della manifestazione: - Oltre 77 Tour Operator internazionali confermati, di cui ca. il 65% alla loro prima partecipazione a GBT - 30 Paesi di provenienza con focus su alcuni mercati quali USA, Canada e Nord Europa. - ca. 1.360 incontri business prenotati tramite piattaforma - 121 aziende trentine partecipanti fra operatori del ricettivo, dei servizi (socc. Impianti, scuole sci, guide alpine, soc. esperienze, ecc.) , ospitalità organizzata di settore (T.O. incoming, Agenzie, Club di prodotto, ecc.), rappresentanti dei territori (A.p.T e Consorzi).</p>

progetto Fiera WTM Londra

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla fiera WTM di Londra (5-7 novembre) rivolta a trade e stampa	Azione effettuata. Stand TM con co-exhibitor in ambito ENIT di 50mq. Presenti APT Campiglio, Fassa e 2 DMC.

progetto Trade New Markets

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Conoscenza e monitoraggio dei nuovi mercati e partecipazione alle manifestazioni nei Paesi Scouting, come Roadshow, Mountain Travel Symposium, il più importante appuntamento nordamericano del mondo sci e montagna, organizzazione fam trip	<p>Azione effettuata.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mountain Travel Symposium si è svolto a North Lake Tahoe (USA): 14-19 aprile 2024. Presenti APT Fassa, Consorzio Impianti Fassa-Carezza e Campiglio e una DMC. Organizzato group leader lunch con 130 invitati e partecipato a serata Ski.com. - Roadshow - USA&Canada - Missione istituzionale- New York, Boston, Toronto: 03-08.06 - Fam trip per vari tour operator nord americani - Fiemme e Fassa, 3 pax (USA, Canada): 30.09-05.10 - Fam trip per vari tour operator nord americani - Garda , 5 pax (USA, Canada): 03-08.06 - Phocuswright Open Access for Destination Marketing Organization (DMO) Research Subscription: accesso ai dati sui nuovi mercati (dimensionamento del mercato, previsioni di mercato, dati di segmento, indagini sui consumatori e le tendenze tecnologiche, ecc.)

progetto Workshop B2B

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partecipazione a workshop in presenza e online per la promozione del prodotto Trentino per l'Europa e per i Paesi Scouting.</p>	<p>Azione effettuata con la partecipazione di Apt e operatori del territorio ai seguenti workshop:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ITW Berlino: 04.03 - Speed networking (ITB Berlino): 07.03 - Borsa dei Laghi: 20-24.03 Cernobbio con il post tour per vari tour operator per Post Tour Borsa dei Laghi - Riva del Garda, 13 pax (22-24.03) - VAW Summer24 - Verona Airport: 21.03 - ISTM - International Ski Travel Market: 07-09.04, Obertauern (Austria) - ITW NOVA: 11-12.04 Desenzano - LISTEX: 07-08.05 online - Itw Parigi: 16.09 - ITW Stoccolma: 24.09 - ETOA Adventure Europe: 25.09 online - Meet & Match (TTG): 09.10 Rimini - LISTEX - London International Snowsports Trade Exchange : 16-17.10 - Roadshow Baltics: 12-14.11, Vilnius, Riga, Tallin <p>Paesi scouting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ETOA - European Travel Marketplace North America- USA: 29.02 online

progetto Educational

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Organizzazione educational e fam trip</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Sono stati organizzati i seguenti Fam Trip:</p> <ul style="list-style-type: none"> -10-13.05 - T.O. Hatch Adventure Travel , USA - Comano, Garda, Val di Non, 1 pax - 16-23.05- l'evento Adventure ELEVATE Europe organizzato dall'Associazione ATTA con pretour per i vari tour opearator - Garda, Paganella, 13pax (USA, PL, CDN) - 26-28.05 - T.O.Pure Wild (USA), Off The Map (CND) - Fassa, Garda, 2 pax - 15-19.12 - TO Alf (UA)- Fassa e Fiemme/Cembra, 6 pax <p>Sono stati organizzati i seguenti webinar (formazione online per gli agenti di viaggio):</p> <ul style="list-style-type: none"> 30.07- T.O. Ski.Com (USA), 30 pax

progetto Mobilità/Flyski

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Sviluppo progetto: Definire all'interno del gruppo di lavoro e nei tempi utili per la promozione, le strategie e le azioni concrete relative al progetto (tratte, destinazioni, Paesi di provenienza, aeroporti) e mettere a conoscenza del progetto nuovi operatori italiani e stranieri.</p> <p>Promozione progetto: Realizzare locandine e pieghevoli comuni a tutti i soggetti da distribuire sul territorio e in occasione di fiere, workshop / Presentare il progetto nel corso di campagne pubblicitarie a mezzo stampa e via Internet / Stringere accordi di co-marketing con le compagnie aeree interessate dal servizio.</p>	<p>L'azione è stata effettuata in collaborazione con Apt, Unat e Asat sia per la stagione 2023/24 che 2024/25.</p> <p>Nello specifico, per la stagione 2023/24 e 2024-25 sono state adottate queste azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vendita tramite 28 piattaforme internazionali (incl.Itabus, Flixbus, Google maps) attraverso il gateway XML Distribution - Negli aeroporti di Venezia, Verona e Bergamo è stato erogato un servizio di meet & greet con hostess per l'accoglienza dei passeggeri - 38 giornate di servizio contro le 33 giornate della scorsa stagione 2022-23 <p>Impronta ambientale e sostenibilità: Durante la stagione 2023-243 hanno viaggiato 750 mezzi. I mezzi FlySky Shuttle hanno percorso 190.000 km. I passeggeri hanno percorso 3.500.000 km, con un risparmio di 650 tonnellate di CO2.</p>

progetto Co-marketing TO Italia

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Comarketing/sostegno attività promo commerciale: sostegno all'attività di Camp Giovani (6-21 anni) Estivi (multisport tematici, innovativi) di Sport Promotion (Experience Summer Camp) in Italia.</p> <p>Collaborazione con Trentino Holidays per realizzazione catalogo per agenzie.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Dal 14 giugno fino al 6 settembre 2024 - Experience Summer Camps si sono svolti in 4 ambiti territoriali del Trentino (Fassa, Fiemme, Sole, Alpe Cimbra) per un totale di 60 Camp diversi e 216 turni.</p> <p>Sono stati organizzati da TM in collaborazione con la Scuola Guide Alpine della Val di Fassa dei momenti formativi per promuovere il progetto "Prudenza in Montagna" per diffondere fra i ragazzi più consapevolezza della sicurezza nelle escursioni in montagna.</p> <p>Catalogo annuale Trentino Holidays:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione dello Speciale Trentino (16 pagine) inserito nel catalogo estate/inverno 2024 di Trentino Holidays per la distribuzione sul mercato agenzie ITA. - cataloghi stampati in 50.000 copie distribuite nelle agenzie in circa 11.000 punti vendita.

progetto TTG

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla fiera TTG Rimini (9-11 ottobre 2024). TTG Incontri è il principale marketplace del turismo B2B in Italia che si svolge ogni anno a Rimini in ottobre: è l'evento clou dell'anno per il settore, la fiera in cui tutta l'industria dei viaggi (nazionale e internazionale) si riunisce per contrattare, fare networking, attivare nuovi business, confrontarsi, trovare nuove idee.	Azione effettuata. Stand ad isola da 212,50 mq con ospitalità e quote agende a 26. Presenti 11 APT, 1 Consorzio Impianti, 3 DMC, 3 catene alberghiere.

progetto BMT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla Borsa Mediterranea del Turismo (Napoli, 14-16 marzo 2024). 4 workshop tematici: Turismo Sociale, Incentive e Congressi, Terme e Benessere, Incoming	Azione effettuata. Stand di 90 mq con ospitalità e momento di incontro con il Napoli ed i giornalisti e presentazione per i TO. Presenti 1 APT e 1 consorzio (Skirama).

progetto Trentino Bike

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione eventi di settore all'interno del progetto Trentino Bike e Bike Festival	Azione effettuata. 2 fiere Bike all'interno del progetto Trentino Bike in compartecipazione con Skirama, Garda e Fassa: E Bike Days Monaco (26-28 aprile) / Italian Bike Festival Misano (13-15 settembre) Partecipazione con stand di 100 mq e Apt a - Bike Festival Garda Trentino (2-5 maggio)

progetto Fiera Vakantiebeurs

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alla Fiera Vakantiebeurs di Utrecht (11-15 gennaio 2024) rivolta a trade e pubblico.	Azione effettuata. Stand Trentino do 60mq allestito nell'ambito dello stand ENIT/Italia

progetto Fiere DACH B2C Mondo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Partecipazione alle fiere B2C previste per il mercato DACH: CMT Stuttgart, Reisen Hamburg, FREE München, Freizeit Nürnberg, Urlaub Freizeit Reisen, ReiseLust Bremen.	Azione effettuata. CMT Stoccarda (13 - 21 gennaio), Oohh Reisen Amburgo (7 - 11 febbraio), Free Monaco di Baviera (14-18 febbraio), Freizeit Norimberga (21-25 febbraio), IBO/URLAUB Friedrichshafen (20-24 marzo) , Reiselust Brema (8-10 novembre).

progetto Altre fiere B2C NL

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Fiets en Wandelbeurs - Utrecht per vacanza attiva/outdoor	Azione effettuata. Fiets en Wandelbeurs (23-25 febbraio): effettuata. Stand 30 mq; partecipazione di Skirama, APT Val di Fiemme, APT Smart, APT Fassa, APT Valsugana. NKBV Bergsportdag (17 marzo): effettuata. Stand 18 mq,partecipazione di Skirama, APT Val di Fiemme, APT Smart, APT Fassa, APT Valsugana.

progetto Skipass

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Si tiene annualmente a Modena ad inizio novembre. E' l'appuntamento fieristico nazionale (B2C - B2B) di riferimento nel mondo degli sport invernali.	Azione non effettuata. La fiera è stata annullata dall'ente fiera.

progetto Meeting Rimini

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Meeting di Rimini è da sempre è un evento molto ricco di appuntamenti, convegni che toccano temi di attualità dall'economia, alla scienza, all'istruzione al sociale.</p> <p>All'interno del Meeting vengono inoltre organizzate molte mostre.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Partecipazione alla 45a edizione del Meeting di Rimini dal 20 al 25 agosto 2024 con titolo "Se non siamo alla ricerca dell'essenziale, allora cosa cerchiamo?" con uno stand istituzionale di ca. 250 mq orientato alla promozione dell'offerta turistica invernale con focus sul prodotto famiglia.</p> <p>Presenza e collaborazione dell'Associazione Maestri sci del Trentino per le attività con il coinvolgimento diretto del pubblico.</p>

progetto DSLV, DAV Summit Club

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Partnership con DAV SC</p>	<p>Partnership con DAV SC: consuete attività previste dalla partnership con l'organizzazione dell'evento "Summit Days 2024" dal 05 al 07 dicembre 2024.</p>

progetto SITN

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Co-marketing con l'associazione di Maestri di Sci SITN: magazine, newsletter, banner, redazionali, ecc.</p>	<p>Azione effettuata. Collaborazione confermata per la stagione invernale 2024-2025.</p>

progetto Altre collaborazioni e varie**AZIONI**

Collaborazione con Peter Schlickenrieder

Collaborazione con l'Associazione Maestri di Sci AMST.

Partnership Atta, Etoa, Alpnet e DSS (per inverno 23/24)

RENDICONTAZIONE

La collaborazione 2024 con Peter Schlickenrieder si è realizzata attraverso la presenza come testimonial del Trentino su materiale stampa, TV, blog, Meet & Greet, eventi. Schlickenrieder ha inoltre collaborato come opinion leader e testimonial durante i eventi sul territorio ed effettuerà promozione attraverso video e fotografie anche sui suoi canali social. Tra gli eventi che hanno visto la sua partecipazione segnaliamo: 1. Marcialonga cycling in Fiemme (28 maggio), 2. Topdolomites Roadbike (DoGa) in Madonna di Campiglio (1-2 giugno), 3. Climbing Guglia di Brenta-Campanile Basso (21-22 settembre) 4. Crosscountryskiing Camp (11-15 dicembre)

Attività effettuate AMST

Collaborazioni confermate.

Oltre ad ETOA, ATTA, Alpnet siamo soci anche dell'associazione Mountain Trade Network (MTN).

Attività DSS confermata.

h/ SOSTENIBILITÀ E SVILUPPO TERRITORIALE

progetto Trentino Tree Agreement

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Tree Agreement è la raccolta fondi gestita dalla Provincia autonoma di Trento per ripristinare i boschi andati distrutti in seguito all'anomala ondata di maltempo di fine ottobre 2018. Il progetto è nato nel 2019 dal forte impulso dei residenti e dei privati che hanno vissuto l'evento come una vera e propria ferita e dalla volontà di riforestare le zone maggiormente colpite da questo evento estremo. Attraverso la donazione è possibile contribuire alla crescita di uno o più alberi che vengono piantati all'interno delle foreste demaniali. Così, da un pensiero che ha contraddistinto la collettività, è germogliato l'esercito di sostenitori che sta contribuendo alla crescita di uno o più alberi piantati all'interno di tre foreste demaniali: Foresta dei Violini di Paneveggio (26,4 ettari), la Foresta dell'Eremo a San Martino di Castrozza (20,5 ettari) e la Foresta Nascosta di Cadino (25 ettari). Le donazioni sono impiegate in parte per la sistemazione del terreno, la costruzione dei recinti e in parte per la piantumazione delle nuove piante. Nel 2024 si mantengono gli obiettivi generali del progetto sviluppando maggiormente l'elemento narrativo della sostenibilità ambientale.</p>	<p>L'attività è stata realizzata. Il sito viene costantemente aggiornato nei contenuti e, mensilmente, viene pubblicato un articolo illustrativo. Viene inviata periodicamente la newsletter a tutti gli utenti. Le donazioni nel 2024 sono state 66 ed i i fondi raccolti sono stati circa € 8.000. Si sono svolte 3 visite per i donatori con circa 60 persone ed è stata organizzata 1 visita ad hoc per aziende.</p>

progetto Gruppo sostenibilità ApT

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il tavolo del turismo sostenibile è composto da TM, le 6 APT che hanno sviluppato progettualità nel campo della sostenibilità e 3 associazioni di categoria. Il progetto è nato per condividere informazioni e progettualità nate sul territorio sul tema della sostenibilità per generare una contaminazione reciproca con lo scopo ultimo di affrontare, ciascuno con la propria diversità e unicità, in modo allineato la strategia della destinazione.</p>	<p>Attività realizzata. Nel corso del 2024 l'ATA Città Laghi e Altipiani ha ricevuto la certificazione GSTC. Inoltre, sono stati avviati i percorsi di certificazione GSTC di Garda Trentino e APT Fiemme, Fassa, Campiglio, Paganella e Sole. Si continua l'attività attraverso un programma condiviso con il territorio per aumentare la comunicazione di storie reali e positive che parlino di sostenibilità in Trentino e favorire la sensibilizzazione a temi trattati marginalmente come l'ospitalità accessibile e la mobilità alternativa.</p>

progetto Task Force

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Gruppo per sensibilizzazione e divulgazione informazioni in tema di sostenibilità e di orientamento.	Condivisione idee progettuali. Realizzazione della mappatura delle attività che ciascuna area può attivare per rendere più accessibile e più sostenibile un evento. Sperimentazione del Primo Swap Party aziendale.

progetto Superpark

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

progetto Festival dell’Economia 2024

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il Trentino ha avviato un percorso di responsabilità sociale (si veda la Strategia Provinciale per lo Sviluppo Sostenibile) per rendere meno impattanti dal punto di vista ambientale, economico e sociale le presenze turistiche sul territorio, anche in occasione dei grandi eventi. Si tratta di un processo che coinvolge le istituzioni pubbliche, le associazioni turistiche, tutte le categorie economiche e che necessita dell’impegno dell’intera comunità.</p> <p>Trentino Marketing ha avviato un percorso di certificazione ISO 20121:2012, standard di gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi. Il sistema di gestione dell'evento Festival dell'Economia 2024 è stato valutato a norma ed è stato emesso il certificato di conformità.</p>	<p>Azione effettuata.</p> <p>Ottenuta la certificazione ISO 20121: 2012 del Festival dell'Economia 2024.</p>

progetto Trentino per Tutti

AZIONI

“Trentino per tutti” è un progetto della Provincia autonoma di Trento vincitore di un bando promosso dal Ministero per la disabilità. Il progetto vuole promuovere e rendere concrete le condizioni che favoriscono l'accessibilità turistica in Trentino. Le principali azioni di intervento, infatti, sono: certificazione di accessibilità delle strutture ricettive e delle organizzazioni territoriali tramite Marchio Open, supporto allo sviluppo di prodotti e servizi turistici accessibili tramite un concorso di idee, azioni di comunicazione e promo-commercializzazione per incontrare la domanda turistica di riferimento.

In capo a TM ci sono tutte le azioni legate alla comunicazione tramite integrazione delle informazioni sul sito visittrentino.info e relativi canali social

RENDICONTAZIONE

Il progetto, legato al bando ministeriale sulla disabilità, si è concluso a settembre 2024 e ci ha visti coinvolti nella parte di infrastrutturazione e arricchimento contenuti del sito visittrentino.info, azioni di comunicazione, campagna di ingaggio operatori. Tutte le azioni previste sono state concluse come da programma, Nel 2024 sono state inoltre svolte attività relative a I Suoni delle Dolomiti Accessibili, realizzazione di shooting cultura accessibile, pubblicazione articoli su visittrentino.info e post social su Facebook e Instagram.

progetto DOTS - Design dell'offerta turistica sostenibile

AZIONI

Percorso di formazione nelle scuole ad indirizzo turistico.

Trentino Marketing e Gardascuola si sono impegnati a promuovere iniziative tendenti a costruire un più stretto e continuativo rapporto tra di loro, coinvolgendo opportunamente le proprie risorse professionali con gli obiettivi di rafforzare la collaborazione promuovendo una progettualità innovativa condivisa, promuovere negli studenti una migliore conoscenza della realtà economico-turistica del territorio, diffondere l'interesse verso la cultura di un turismo sostenibile, avanzato e attento alle dinamiche nazionali e internazionali, stimolare negli studenti la capacità di azione in ottica di valorizzazione delle potenzialità e propensioni personali e promuovere lo spirito di iniziativa e di innovazione, anche in funzione della creazione d'impresa.

Gli obiettivi di cui sopra vengono perseguiti attraverso la definizione di un'apposita programmazione specifica per definire strumenti opportunamente adattabili e personalizzabili affinché gli obiettivi possano essere raggiunti. In particolare, il corso di formazione “Design dell'offerta turistica sostenibile” si pone come obiettivo la formazione di operatori esperti nell'ideazione, progettazione, gestione e sviluppo di prodotti turistici integrati e sostenibili.

RENDICONTAZIONE

L'azione è stata svolta.

Sono stati organizzati 7 incontri, tra novembre e maggio, che hanno visto coinvolti i docenti, esperti del MUSE, dell'APPA, di STEP e alcuni professionisti del territorio in rappresentanza degli operatori del territorio. I ragazzi hanno anche partecipato ad una Tavola rotonda all'interno del palinsesto principale del Festival dell'Economia 2024.

L'intento è quello di rispondere alla crescente richiesta da parte dell'intera filiera turistica di inserimento di nuovi professionisti del turismo in grado di supportare la crescita e l'innovazione del settore alla luce delle istanze che emergono tanto dal cambiamento delle regole del gioco quanto dalle tendenze che stanno prendendo sempre più piede nel mondo produttivo, nella società e nell'ambiente.

progetto Bilancio di Sostenibilità

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Il bilancio di sostenibilità rappresenta uno strumento fondamentale per mettere in atto una solida misura degli impatti sociali e ambientali dell'azienda nonché la dimostrazione del progressivo miglioramento delle pratiche, dei processi e del modello di business stesso dell'azienda. Poiché il bilancio di sostenibilità costituisce un documento di sintesi, esso risulta essenziale per presentarsi e comunicare agli stakeholder (dipendenti, collaboratori, mercati, fornitori, cittadini, istituzioni) il proprio operato in modo chiaro e trasparente rappresentando una grande opportunità di crescita.</p>	<p>Nel corso del 2024 Trentino Marketing ha pubblicato il suo primo Bilancio di sostenibilità che va a completare il Piano di Sostenibilità realizzato nel 2023 che rappresenta un primo documento di avvicinamento alla redazione del Bilancio di sostenibilità, nel quale è contenuto il "Manifesto" dichiarante i valori fondamentali sui quali Trentino Marketing intende sviluppare il proprio percorso di azioni future in tema di sostenibilità e la relativa strategia. Nel documento sono stati raccolti i primi dati di monitoraggio che danno la misura dell'impatto delle attività generate sul territorio.</p>

progetto Parità di genere

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Alla luce della direzione intrapresa dall'Unione Europea, Trentino Sviluppo S.p.A. e la società di scopo Trentino Marketing S.r.l. hanno deciso di impegnarsi per rimuovere ogni barriera, anche culturale, che pregiudichi l'accesso delle donne al mondo del lavoro e la crescita professionale e superare i gaps di genere che caratterizzano il mercato del lavoro.</p> <p>Lo sviluppo di un ambiente di lavoro inclusivo richiede difatti un impegno costante e un contributo di tutta l'organizzazione in termini di linguaggio, politiche, processi, pratiche organizzative, e comportamenti consci e inconsci delle singole persone.</p> <p>Con l'obiettivo di svolgere al meglio la propria missione e in coerenza con la visione strategica, le due Società hanno deciso di certificarsi UNI/PdR 125:2022.</p>	<p>A Dicembre 2024 TS e TM hanno ottenuto la certificazione triennale UNI/PdR 125:2022 dopo aver realizzato la Politica di Parità di Genere, il Piano strategico della Parità di Genere, Piano della Formazione, il Piano della Comunicazione e nominato il Comitato Guida, la responsabile e definito il budget.</p>

i/ SPONSORIZZAZIONI ED EVENTI SPORTIVI

progetto Federazioni

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

progetto Club Calcistici

AZIONI

Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito delle partnership con Club calcistici sono le seguenti:

- utilizzo della dicitura "Sede Ufficiale di Allenamento"
- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti sia durante il raduno che durante tutto l'anno contrattuale
- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali del Club
- sfruttamento delle occasioni pubbliche, es. conferenze stampa, presentazione squadra, interviste ecc., per comunicare al meglio il territorio e mettere in campo attività di PR
- sfruttamento delle immagini di allenamento e degli atleti in generale come testimonial del Trentino a livello nazionale ed internazionale, all'interno di ciò che è contrattualmente autorizzato
- stretta interazione con i Club e le APT interessate dalla partnership per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento dei ritiri sul territorio
- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport
- supporto alla pianificazione di tornei e partite amichevoli tra Club calcistici presenti sul territorio

RENDICONTAZIONE

Le azioni sono state effettuate.

I Club che hanno svolto il raduno in Trentino e con i quali, direttamente o per il tramite di APT, sono state attuate partnership sportive sono: Napoli Calcio, Genoa, Torino, Hellas Verona, Cremonese.

Per quanto riguarda le partnership con Napoli Calcio e Genoa le iniziative sono state realizzate ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione tra PAT e TS.

I raduni del Club calcistici si sono regolarmente svolte nelle località definite.

In queste occasioni si è potuto da seguito a tutte le azioni previste contrattualmente al fine di sfruttare i diritti promo-pubblicitari definiti. In particolari i vari accordi hanno consentito il consolidamento delle diversi sedi di raduno, anno dopo anno, quali mete privilegiate per il nutrito pubblico appassionato di calcio, grazie proprio alla presenza in questi luoghi dei maggiori esponenti dei Club calcistici più rinomati. Si sono pianificate interviste con i calciatori con i media nazionali realizzate in ambienti esterni per valorizzazione e promuovere il territorio. Grazie ad una pianificazione preventiva, durante i raduni si sono organizzate diverse attività sul territorio. Queste sono state documentate per i canali dei Club stessi e risultate utili per immagini di copertura nei servizi TV e Web dedicati al ritiro. Si sottolinea infine un lavoro congiunto con le APT di ambito al fine di garantire un livello adeguato di ospitalità e di servizi sul territorio, e per un allestimento in logo utile alla promozione del logo Trentino e del territorio stesso.

Si segnala in particolare l'attività di sfruttamento dell'immagine dei giocatori del Napoli Calcio attraverso la realizzazione di clip digitali di promozione del territorio trentino e della Val di Sole.

Oltre ai Club indicati hanno svolto il loro raduno in Trentino, forti di poter trovare le migliori condizioni per lo svolgimento del raduno: Sassuolo, Mantova, SPAL, Vicenza, Inter Femminile, Virtus Verona, Inter Femminile, Cittadella.

progetto Sponsorizzazione squadre trentine

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

progetto Sponsorizzazioni atleti e squadre "Fondo sport"

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

progetto Sponsorizzazione atleti “Ambassadors”

AZIONI

Le azioni svolte nell'ambito delle partnership con atleti trentini direttamente definite da Trentino Marketing, sono volte a:

- associare il marchio Trentino all'immagine positiva del soggetto sponsorizzato
- massimizzare la visibilità del territorio e del brand Trentino, attraverso TV, stampa e nuovi media
- promuovere il Trentino come destinazione turistica attiva, pubblicizzando una destinazione capace di offrire numerose attività sportive all'aria aperta

RENDICONTAZIONE

Le azioni sono state realizzate. Gli ambassador sponsorizzati da Trentino Marketing sono stati: Yemaneberhan Crippa, Ruggero Tita, Stefano Ghisolfi, Giacomo Bertagnolli, Nadia Battocletti, Niccolò Renna.

Questo gruppo di atleti sponsorizzati fungono da cassa di risonanza dei messaggi, dei valori, del brand e del territorio trentino, fungono infatti da vero e proprio media attraverso cui diffondere il Trentino sportivo e attrattivo. Inoltre, la caratura ed il posizionamento-riconoscibilità nazionale ed internazionale degli stessi ha consentito il posizionamento della loro immagini in servizi e coperture di media nazionali, riuscendo in questo modo a diffondere il messaggio non solo alla loro audience verticale, ma ad un pubblico generalista.

progetto Eventi connessi allo sport: Ducati in pista - Calcio Mercato

AZIONI

L'evento “Ducati in pista” rappresenta il momento di presentazione a livello internazionale dei team ufficiali 2024 di MotoGP e Superbike.

L'evento “Calciomercato - L'Originale” è un prodotto televisivo di Sky che porta sul territorio due contenitori (uno in inverno e uno in estate) di approfondimento giornalistico delle news legate al calciomercato. Il Trentino diventa uno “studio” naturale dove ospitare le dirette TV, servizi nei notiziari etc.

Le azioni sono le seguenti:

- attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitanti l'evento
- gestione dei diritti promo pubblicitari
- sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR
- stretta interazione con le APT

RENDICONTAZIONE

Le azioni sono state effettuate.

Dal 21 al 24 Gennaio 2024 Ducati in Pista si è svolta a Madonna di Campiglio, per la seconda edizione, ed ha presentato i due team ufficiali Ducati MotoGP e WorldSBK e la novità del team Ducati Corse Off-Road.

Dal 22 al 26 Gennaio e dal 19 al 23 Agosto si è svolto il format televisivo SKY Calcio Mercato in Val di Fassa.

Si segnala la portata mediatica dei due progetti, che hanno consentito la promozione del marchio Trentino e del territorio al grande pubblico di SKY per la trasmissione “Calcio Mercato” e di tutti i media presenti a “Ducati in pista”. Due progetti che hanno permesso inoltre di parlare ampiamente del territorio, di mostrare esperienze turistiche che possono essere fatte, di far parlare esponenti del territorio e di mostrare il territorio stesso.

progetto Eventi sportivi

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Le azioni nell'ambito degli eventi sportivi direttamente sponsorizzati sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitante l'evento - gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti - gestione dei diritti promo pubblicitari previsti contrattualmente, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali degli organizzatori dell'evento - sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR - sfruttamento delle immagini dell'evento a livello nazionale ed internazionale per testimoniare un Trentino sportivo, all'interno di ciò che è contrattualmente autorizzato - stretta interazione con le APT interessate dalla partnership per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento degli eventi - promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport 	<p>Le azioni sono state realizzate.</p> <p>Gli eventi sportivi più rilevanti organizzati sul territorio direttamente sponsorizzati da Trentino Marketing sono: Giro d'Italia, Tour of the Alps.</p> <p>Si segnalano inoltre le seguenti iniziative:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sponsorizzazione Winter World Master Games ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS; - sponsorizzazione Coppa del Mondo 3Tre di Madonna di Campiglio ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS; - sponsorizzazione 38° Campionato italiano vigili del fuoco ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS; - attività con il Comitato Organizzatore per l'evento Mondiale di vela Under 19 ai sensi dell'art. 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS; - produzione di materiali di visibilità Trentino per Federazioni, Club, eventi, atleti e squadre (mongolfiere-velette-striscioni tnt-adesivi-patch-cappellini)

progetto Eventi sportivi - L.P. 8 articolo 13bis

AZIONI

Le azioni di Trentino Marketing Srl nell'ambito degli eventi sportivi sostenuti attraverso il contributo provinciale sulla base dei parametri della LP 8 articolo 13 bis sono le seguenti:

- attività promozionali e di comunicazione in avvicinamento all'evento del Trentino e delle località ospitanti l'evento, nelle modalità eventualmente definire in sinergia con i Comitati organizzatori e con il territorio
- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nella domanda di contributo, in particolare posizionamento del logo Trentino sui supporti e negli spazi acquisiti mediaticamente rilevanti
- gestione dei diritti promo pubblicitari previsti nella domanda di contributo, in particolare la promozione e la comunicazione del marchio Trentino e del territorio attraverso i canali e gli eventuali media ufficiali degli organizzatori dell'evento
- sfruttamento durante l'evento e in eventuali momenti di avvicinamento, es. conferenze stampa, per comunicare il meglio il territorio e mettere in campo attività di PR
- sfruttamento delle immagini dell'evento a livello nazionale ed internazionale per testimoniare un Trentino sportivo, all'interno di ciò che è autorizzato
- stretta interazione con le APT interessate dallo svolgimento dell'evento per gestire al meglio e alle migliori condizioni tecniche lo svolgimento degli eventi
- promuovere il Trentino come luogo ideale per lo svolgimento della pratica sportiva e per una vacanza all'insegna dello sport

RENDICONTAZIONE

Le azioni sono state realizzate.

In particolare gli eventi che hanno goduto del contributo provinciale con i cui Comitati Organizzatori si è dialogato per la messa a terra delle azioni sono: FIS Tour de Ski/ Coppa del mondo sci di fondo, Ciaspolada, Marcialonga di Fiemme e Fassa, Grand Premio di MX, Top Dolomites, Enduro World Series, Rock Master, Palio della Quercia, Coppa del Mondo MTB, X-Terra Finali Mondiali Cross Triathlon, Trento Half Marathon, Coppa del Mondo UCI Ciclocross, Coppa del Mondo sci alpino 3Tre. Gli eventi sono stati organizzati da Comitati organizzatori e TM ha dialogato con stessi per l'utilizzo corretto del marchio Trentino, con finalità promozionali e mediatiche, nel rispetto ed in conformità di quanto dagli stessi proposto in sede di domanda del contributo.

j/ VALORIZZAZIONI PRODUZIONI TRENTINE

progetto Promozione settore vitivinicolo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prowein 2. Vinitaly 3. Trentodoc Festival 	<p>Attività realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prowein: Dusseldorf dal 10 al 12 marzo. Supporto al Consorzio Vini per l'allestimento dello spazio Trentino situato all'interno della Halle 15, con un'area complessiva superiore ai 300 mq e la presenza di 15 cantine e distillerie. 2. Vinitaly: Verona dal 14 al 17 aprile. Collaborazione con Consorzio Vini del Trentino per la visibilità del marchio Trentino ed allestimento di uno spazio per la promozione dell'enoturismo trentino, in collaborazione con le 3 Strade del Vino e dei sapori del Trentino. Promozione del Trentodoc Festival. 3. Trentodoc Festival: Trento dal 20 al 22 settembre. Organizzazione della terza edizione del Trentooc Festival realizzato in collaborazione con Istituto Trento DOC, con la collaborazione di Corriere della Sera RCS Group e con il coinvolgimento degli esercenti della città e delle zone limitrofe. La manifestazione ha coinvolto il nostro impegno nel coordinamento generale e nella realizzazione di 22 Trentodoc Tastings / 7 Sparkling Stories / 8 Wine Talks / 6 Cook Tales / 99 appuntamenti nelle case spumantistiche.

progetto Promozione settore frutticolo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fruit Logistica Berlino: organizzazione di uno spazio trentino all'interno di fiere specializzate e a grande valenza istituzionale. 2. Fruit Attraction Madrid 8-10 ottobre 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività effettuata. Fruit Logistica Berlino dal 7 al 9 febbraio. Partecipazione con uno spazio coordinato Trentino situato all'interno della Halle 4, con un'area complessiva di 315 mq e con la presenza di APOT, Melinda, La Trentina la Cooperativa Sant'Orsola. 2. Supporto al Consorzio Melinda per la personalizzazione dello stand

progetto Strade del Vino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementazione ed evolutive sito Tastetrentino.it 2. Evento Dolomiti d'Autunno 3. Progetto Maso Trentino 	<p>Le attività previste sono state realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Implementazioni ed evolutive concordate con ufficio Digital Technology sia dal punto di vista front-end, sia dal punto di vista back-end. 2. L'evento realizzato in collaborazione con Strada dei Formaggi ed Apt Val di Fassa prevedeva esperienze in quota in Val di Fassa e Primiero dal 6 settembre al 13 ottobre. 5 settimane, 8 rifugi, per vivere e gustare il sapore più autentico delle Dolomiti di Fassa. 3. Progetto realizzato in collaborazione con tutte e tre le Strade, prevede il coinvolgimento di 22 strutture, nelle quali vengono raccontate storie ed esperienze caratteristiche del Maso. 4. Coordinamento del tavolo di pianificazione attività dell'offerta enogastronomica delle 3 associazioni

progetto Artigiano in Fiera

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Organizzazione di uno spazio trentino all'interno di una delle più importanti ed ampie fiere dedicate al mondo dell'artigianato. Coordinamento delle 3 aree dedicate al Food, all'artigianato trentino ed alla promozione turistica.</p>	<p>L'attività è stata realizzata. La fiera si è tenuta a Rho dal 30 novembre all'8 dicembre. All'interno di uno spazio di 1.300 metri quadri erano presenti 32 aziende espositrici, Apot, Melinda, Astro, Gruppo formaggi del Trentino, Istituto Tutela Grappa del Trentino e l'Osteria Tipica Trentina</p> <p>All'interno dell'area turistica istituzionale erano presenti anche i Consorzi Skirama e Dolomiti Super Ski per la promozione della stagione invernale.</p>

progetto Marchio di Qualità

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. www.trentinoqualita.it 	<p>Attività concluse:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costante aggiornamento di contenuti e informazioni sul portale dedicato al marchio Qualità Trentino.

progetto Alpeggio

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Campagna di informazione per i prodotti a latte crudo	In collaborazione con l'area Comunicazione è stata realizzata una campagna informativa per sensibilizzare operatori e ospiti al consumo di prodotti a latte crudo. Sono stati realizzati alzatine, brochure e totem e consegnati a tutte le malghe e i caseifici del Trentino che trasformano prodotti a latte crudo.

progetto Comarketing

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Comarketing per aumentare il connubio tra marchio territoriale e prodotti di eccellenza del Trentino con Melinda e Trentingrana	L'attività è stata realizzata solamente con Melinda.

progetto Carta dei Valori della ristorazione

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

progetto Enoturismo e Agriturismo

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sviluppo prodotto enoturistico 2. Comunicazione enoturismo e agriturismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. In sinergia con l'Area ATA si è iniziato un percorso di sviluppo enotiristico sul territorio vocato aperto a cantine, operatori del settore (ristornati, agriturismo...) ed Istituzioni (Consorzio Vini del Trentino, Istituto Trento doc, Camera di Commercio...) 2. In sinergia con l'Area Comunicazione di TM è stato realizzato un piano di comunicazione dedicato a questi settori

progetto Scuola

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Progetto realizzato insieme all'Assessorato all'Agricoltura ed ad Appa volto a sensibilizzare il mondo scolastico sulle tematiche relative all'agricoltura.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coinvolte 29 scuole primarie del Trentino per un totale di 61 classi e circa 1.050 studenti. Predisposizione di un quaderno didattico volto a spiegare ai bambini delle prime tre classi primarie il mondo dell'agricoltura e i prodotti del territorio. 2. Realizzazione di una edizione aggiornata del Quaderno operativo che verrà proposta nelle classi nei primi mesi del 2025.

progetto Altre attività

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Attività di promozione delle produzioni Trentine non classificabili in progetti specifici facendo sempre riferimento ai principali settori del comparto agroalimentare, frutticolo, caseario e vitivinicolo anche legato al mondo della ricettività e ristorazione. 2. Trentino Barbecue 3. Speciali Tv Areali 4. Seafood Expo Barcellona (23-25 aprile) 5. Terra Madre, Torino (26-30 settembre) 6. Salone del Libro, Torino (9-13 maggio) 7. Autumnus, Trento (10-20 ottobre) 8. G7 Agricoltura Ortigia (22-29 settembre) 	<p>Attività realizzate.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sono state effettuate delle azioni di promozione delle produzioni trentine che non rientrano in specifici progetti, quali la comunicazione specifica verso il settore agroalimentare (ospitalità trasmissioni TV). In particolare, realizzazione di 5 puntate di Melaverde. 2. Realizzazione di un fitto calendario. Da giugno a ottobre 8 Macellerie di montagna sono state protagoniste in 11 ristoranti per un totale di 61 eventi per dare risalto alla carne trentina ed alla professionalità dei macellai. 3. Per promuovere il mondo delle produzioni del Trentino sotto diversi punti di vista, sono state attivate delle collaborazioni con le TV Areali per la realizzazione di speciali dedicati al mondo delle malghe, dell'agricoltura e delle produzioni sostenibili del Trentino. <ul style="list-style-type: none"> - Malghe e Stalle (Trentino TV) - Buona Agricoltura (Trentino TV) - A come Alpi (Rttr) 4. Seafood Expo Supporto a Astro nella partecipazione all'evento dedicato al settore ittico attraverso la personalizzazione dello stand 5. Terra Madre - Salone del Gusto collaborazione con Slow Food Italia e Trentino per l'organizzazione della presenza trentina alla manifestazione. Organizzati incontri di presentazione e degustazione delle produzioni di montagna 6. Salone del Libro Organizzati 2 incontri con i comparti dell'agroalimentare trentino 7. Supporto all'organizzazione e alla selezione degli espositori della manifestazione. 8. Supporto all'organizzazione di uno spazio trentino all'interno del G/ Agricoltura di Ortigia su indicazione dell'Assessorato all'Agricoltura in collaborazione con la Federazione della Cooperazione trentina

k/ PROMOZIONE SISTEMA CULTURALE

progetto Trentino Orienta

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Trentino Orienta è la fiera che consente ai ragazzi che sono in procinto di iscriversi agli Istituti Superiori di conoscere tutta l'offerta formativa della Provincia di Trento</p>	<p>Il progetto è stato realizzato. In particolare: organizzazione del Festival "Trentino Orienta" presso Trento Fiere, promosso dall'assessorato all'istruzione, università e cultura, finalizzato alla presentazione dell'offerta scolastica trentina degli Istituti Superiori. L'evento si è svolto dal 3 al 5 Ottobre 2024 ed ha offerto contenuti, visita, eventi e laboratori didattici con esperti di settore dedicati a studenti, docenti e famiglie. Si è dato seguito a questa iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p>

progetto Altre iniziative culturali

AZIONI	RENDICONTAZIONE
<p>Azioni in cui si inseriscono partnership di interesse per Trentino Marketing.</p>	<p>Accordo con Vision per partnership relativa alla Conferenza delle Dolomiti sulla governance globale del Cambiamento climatico. Si è dato seguito a questa iniziativa ai sensi dell'art 7 comma 4 della Convenzione PAT/TS.</p> <p>Attività di promozione e vestizione della città di Trento in riferimento al progetto Trento Città del Volontariato.</p> <p>Attività di valorizzazione del Sentiero della Pace attraverso l'organizzazione di trekking ed eventi.</p>

i/ SVILUPPO PROGETTI INTERREGIONALI

progetto Comunicazione per Fondo Comuni Confinanti

AZIONI	RENDICONTAZIONE
I primi mesi del 2024, tra il Fondo Comuni Confinanti, la Provincia autonoma di Trento e Trentino Marketing è stato sottoscritto l'accordo per la realizzazione di un Piano di comunicazione per le attività svolte dal Fondo stesso.	L'attività è stata completata, secondo la convenzione sottoscritta. In particolare, si è lavorato su un piano redazionali TV della durata di 5 minuti, in linea con le aspettative del fondo.

progetto Promozione Lago di Garda (Fondo Comuni Confinanti)

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Progetto di promozione unitaria del Lago di Garda	Si è provveduto all'individuazione della quota di risorse finanziarie di competenza del Trentino (1/3) da dedicare al progetto come da indicazione della Provincia ai sensi dell'art. 7 vcomma 4 della Convenzione. Nessuna attività è stata svolta in attesa della sottoscrizione del protocollo d'intesa tra Trentino, Lombardia e Veneto e della successiva Convenzione tra Fondo Comuni Confinanti, Provincia autonoma di Trento e Trentino Marketing per le indicazioni operative.

m/ INTERVENTI PER SPECIFICI AMBITI TERRITORIALI

progetto Promozione ambito San Martino

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Attività di promozione sportiva specifica di ambito	Accordo per avere un pacchetto di visibilità durante la stagione sportiva 23/24 con Hellas Verona

progetto Promozione ambito Val di Fiemme

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Attività di comunicazione specifica di ambito	L'attività è stata effettuata attraverso la pianificazione di due settimane Cartoline Meteo Mediaset, una a supporto della stagione estiva e una a supporto della stagione invernale

progetto Promozione ambito Altipiani Cimbri

AZIONI	RENDICONTAZIONE
Attività di comunicazione specifica di ambito	L'attività è stata effettuata attraverso la produzione di video e foto per la valorizzazione dell'evento ""Foresta degli innovatori 24"

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

Bilancio al 31/12/2024

Stato patrimoniale attivo	31/12/2024	31/12/2023
A) Crediti verso PAT per fondi impegnati	39.937.602	50.712.559
<i>di cui crediti verso PAT per fondi futuri</i>	<i>39.937.602</i>	<i>50.712.559</i>
B) Immobilizzazioni	0	0
C) Attivo circolante		
<i>II. Crediti</i>		
1) Verso clienti		
- entro l'esercizio	449.879	166.899
- oltre l'esercizio	0	0
	449.879	166.899
5) Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti		
- entro l'esercizio	2.073.800	2.249.281
- oltre l'esercizio	0	0
	2.073.800	2.249.281
5 quater) Verso altri		
- entro l'esercizio	53.067	32.704
- oltre l'esercizio	0	0
	53.067	32.704
	2.576.746	2.448.884
<i>IV. Disponibilità liquide</i>		
1) Depositi bancari e postali	9.549.882	9.630.990
3) Denaro e valori in cassa	868	1.407
	9.550.750	9.632.397
Totale attivo circolante	12.127.496	12.081.281
D) Ratei e risconti	228.617	148.039
Totale attivo	52.293.715	62.941.879

Stato patrimoniale passivo**31/12/2024****31/12/2023****A) Patrimonio netto**

I. Fondo – Sezione marketing	75.149.882	84.903.403
<i>di cui decremento per pagamento IVA</i>	7.443.215	6.267.745
VI. Altre riserve		
Differenza da arrotondamento all'unità di Euro	(1)	(1)
	(1)	(1)
IX. Oneri di gestione dell'esercizio	(37.984.029)	(40.189.236)

Totale patrimonio netto**37.165.852****44.714.166****B) Fondi per rischi e oneri****0****0****C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato****0****0****D) Debiti**6) *Acconti*

- entro l'esercizio	59.808	41.308
- oltre l'esercizio	0	0
	59.808	41.308

7) *Verso fornitori*

- entro l'esercizio	8.045.202	9.998.937
- oltre l'esercizio	0	0
	8.045.202	9.998.937

11 bis *Verso imprese sottoposte al controllo delle controllanti*

- entro l'esercizio	6.491.865	7.737.104
- oltre l'esercizio	0	0
	6.491.865	7.737.104

12) *Tributari*

- entro l'esercizio	494.080	447.747
- oltre l'esercizio	0	0
	494.080	447.747

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

- entro l'esercizio	1.577	2.617
- oltre l'esercizio	0	0
	1.577	2.617

14) *Altri debiti*

- entro l'esercizio	19.820	0
- oltre l'esercizio	0	0
	19.820	0

Totale debiti**15.112.352****18.227.713****E) Ratei e risconti****15.511****0****Totale passivo****52.293.715****62.941.879**

Conto economico	31/12/2024	31/12/2023
A) Valore della produzione		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	2.108.246	1.613.756
5) <i>Altri ricavi e proventi</i>		
a) Vari	<u>1.066.231</u>	<u>201.188</u>
	1.066.231	201.188
Totale valore della produzione	3.174.477	1.814.944
B) Costi della produzione		
6) Per materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	1.470.703	1.235.545
7) Per servizi	39.170.743	40.440.288
8) Per godimento di beni di terzi	418.135	343.103
10) <i>Ammortamenti e svalutazioni</i>		
d) Svalutazioni dei crediti compresi nell'attivo circolante e delle disponibilità liquide	<u>106.250</u>	<u>0</u>
	106.250	0
14) Oneri diversi di gestione	120.594	151.755
Totale costi della produzione	41.286.425	42.170.691
Differenza tra valore e costi di produzione (A-B)	(38.111.948)	(40.355.747)
C) Proventi e oneri finanziari		
16) <i>Altri proventi finanziari</i>		
d) Proventi diversi dai precedenti altri	<u>128.509</u>	<u>166.830</u>
	128.509	166.830
17) <i>Interessi e altri oneri finanziari</i>		
altri	<u>2</u>	<u>16</u>
	2	16
17 bis) Utili e perdite su cambi	(588)	(303)
Totale proventi e oneri finanziari	127.919	166.511
D) Rettifiche di valore di attività e passività finanziarie	0	0
21) Oneri di gestione dell'esercizio	(37.984.029)	(40.189.236)