



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

PROGETTO “RESIDENZE SABAUDE, UN TERRITORIO DA RE”. RICHIESTA SERVIZIO DI IDEAZIONE E REDAZIONE DI UN PIANO DI MARKETING TERRITORIALE.

PREMESSE

Il Ministro del Turismo, di concerto con il Ministro dell’Economia e delle Finanze, ha adottato un provvedimento istitutivo del “Fondo in favore dei Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall’Unesco patrimonio mondiale dell’umanità” con l’obiettivo di sostenere la ripresa del settore turistico, particolarmente colpito dalla crisi generata dalla pandemia di Covid-19 nei Comuni caratterizzati da spiccata vocazione turistico-culturale, ed ha in seguito approvato un Avviso pubblico per individuare progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall’UNESCO patrimonio dell’umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell’UNESCO.

(<https://www.ministeroturismo.gov.it/avviso-pubblico-per-la-valorizzazione-dei-comuni-con-siti-unesco-e-delle-citta-creative>)

Oggetto dell’Avviso era il finanziamento di interventi volti ad incrementare in qualità e quantità l’attrattività e le presenze turistiche nei territori interessati.

Tali interventi si sostanziano nella realizzazione di iniziative riguardanti strumenti di valorizzazione e promozione turistica digitale, itinerari turistici, progetti di marketing turistico, nonché opere di tipo edilizio, strutturale o impiantistico e allestimenti funzionali all’incremento della fruizione e dell’attrattività turistica.

Con deliberazione della Giunta Comunale ATTO N. DEL 356 del 20/06/2023, la Città di Torino ha deliberato la partecipazione al bando, scegliendo di presentare il progetto “Residenze sabaude. Un territorio da re – Le città UNESCO delle Residenze sabaude”, agendo come ente capofila di un’aggregazione di altri 7 Comuni: Agliè, Bra, Govone, Moncalieri, Racconigi, Rivoli, Venaria Reale, e avvalendosi nella realizzazione della collaborazione di Turismo Torino e Provincia, del Consorzio delle Residenze Sabaude e di Fondazione Film Commission Torino e Piemonte.

Nell’ambito di tale progetto, la Città di Torino – Direzione Grandi Eventi e Promozione Turistica – in qualità di Comune capofila del progetto sopra citato, intende affidare l’ideazione e redazione del Piano di Marketing territoriale, che individuerà le strategie turistiche e le relative azioni da perseguire durante il progetto e nei successivi cinque anni. Tale Piano di Marketing territoriale è stato inserito come uno degli interventi che costituiscono il progetto, come si evince dall’estratto di progetto che segue.



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

OBIETTIVI DEL PIANO DI MARKETING TERRITORIALE

Il Piano di marketing territoriale del sistema Residenze Reali Sabaude e dei suoi territori è un documento operativo con il compito di definire le strategie di marketing e promozione dell'intero sistema e le azioni specifiche da perseguire.

Nello specifico, il Piano di marketing territoriale, attraverso analisi condotte sull'offerta, sulla concorrenza, sulla domanda, sul posizionamento del prodotto e sulle dinamiche di fruizione, fornirà ai Comuni partner e al Sistema da questi coordinato, la road map strategica per individuare e valorizzare il vantaggio competitivo dell'offerta delle Residenze Sabaude e dei territori in cui queste sono inserite, proponendo un percorso condiviso di cultural planning tra le varie sedi e i vari territori, oltre che di misurazione e analisi delle performance delle varie attività e sarà lo strumento per riorientare la successiva programmazione del Circuito e le decisioni delle Amministrazioni.

CARATTERISTICHE DEL PIANO

Il Piano di Marketing territoriale ha una prospettiva temporale di cinque anni dalla sua approvazione ed è lo strumento di riferimento della governance, dei partner e degli stakeholder coinvolti nelle azioni realizzate in maniera congiunta dal sistema.

Nello specifico, il Piano di Marketing territoriale, che dovrà essere progettato in collaborazione con Turismo Torino e Provincia e il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, è un documento programmatico che individua, analizza e mette in relazione le risorse territoriali del sistema delle Residenze Reali Sabaude e dei comuni su cui quest'ultime insistono e della cosiddetta Corona di Delizie, al fine di elaborare strategie in grado di trasformare tali risorse in identità ed immagine vincente e attrattività nell'ambito culturale e turistico.

Il Piano di Marketing territoriale dovrà tenere conto delle attività di comunicazione e promozione turistica già in fase di attuazione da parte del Consorzio delle Residenze Reali Sabaude e Turismo Torino e Provincia, ovvero di a) Linee Guida per il Piano di comunicazione del Sistema delle Residenze 2022-2024 e della relativa nuova Visual identity); b) vari strumenti già attivati (nuovo portale residenzerealisabaude.com, ADV, social, Royal Pass- biglietto unico delle Residenze); c) delle diverse attività promozionali già in essere (ad esempio presenza a fiere turistiche nazionali ed internazionali, partenariati, ecc.); d) politiche di valorizzazione turistica in essere dei territori coinvolti nel progetto.

Tale documento, oltre a tracciare un percorso condiviso di cultural planning per i territori di riferimento e le relative sedi museali, dovrà proporre un sistema di misurazione, monitoraggio e rendicontazione delle performance delle varie attività e delle varie residenze, costituendosi, quindi, come strumento essenziale per supportare e orientare le decisioni strategiche del sistema.

In base alle linee guida individuate nel Piano di Marketing, verranno avviate varie azioni di marketing, quali il coordinamento con tour operator, operatori di incoming, turismo scolastico e consorzi sul territorio per la creazione di pacchetti turistici ad hoc.



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

Il Piano sarà anche a disposizione delle Amministrazioni comunali, degli enti e delle istituzioni locali e nazionali che hanno tra i loro obiettivi la valorizzazione delle Residenze Reali e dei relativi territori di riferimento

RISULTATI ATTESI

Il Piano di marketing territoriale avrà il compito di raggiungere i seguenti risultati:

A) Analisi della domanda e della sua evoluzione

1) Mercato turistico italiano e straniero

- analisi del turismo internazionale nel 2023;
- analisi del turismo culturale in Italia;
- scelte degli italiani in vacanza;
- scelte degli stranieri in vacanza;
- nuovi comportamenti e previsioni del mercato turistico per il 2024 e per il quinquennio successivo

2) Utenza attuale e potenziale del Circuito delle Residenze Sabaude:

- profilazione dell'utenza attuale e potenziale;
- studio della Customer Satisfaction e della User Experience dell'utenza attuale;
- studio dell'affluenza attuale e potenziale del mercato scolastico, del "garden tourism", dei "professionals" (architetti, botanici, designers ecc...) e relative profilazioni.

3) Catchment area

- individuazione del potenziale bacino d'utenza dei residenti di Torino e delle Provincie limitrofe;
- individuazione del bacino d'utenza dei turisti che visitano la Provincia di Torino e il Piemonte;

4) Partecipazione culturale

- studio dell'attuale capacità attrattiva delle Residenze Sabaude rispetto al contesto torinese e piemontese;
- studio dell'attuale capacità attrattiva delle Residenze Sabaude e dei territori limitrofi in relazione ai benchmark;
- confronto tra utenza classica e visitatori con elevato interesse per siti culturali

5) Posizionamento del prodotto turistico

- confronto della presenza e dell'offerta su portali e guide turistiche in relazione alla visibilità dei benchmark;



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

- confronto della presenza e dell'offerta su portali di distribuzione turistica in relazione ai benchmark;
- confronto del posizionamento delle Residenze e dei benchmark rispetto alle variabili analizzate.

6) Definizione target e mercati

- individuazione e definizione dei diversi target del Prodotto Residenze Reali Sabaude - Un territorio da re, sulla base dell'analisi dei punti precedenti;
- individuazione e definizione dei mercati turistici di riferimento.

B) Indotto turistico del sistema delle Residenze

- analisi dell'offerta ricettiva nei comuni sede di Residenze Reali Sabaude;
- elaborazione dei movimenti turistici nei Comuni/Aree sede di Residenze Sabaude e nei territori limitrofi;
- misura dell'impatto economico attuale e potenziale del Circuito sul territorio locale;
- monitoraggio dei mobility analytics per valutare la pressione turistica di visitatori e turisti sui territori sede di Residenze;
- analisi del benchmarking dei prodotti, dell'offerta culturale e turistica dei competitor su scala locale, nazionale e internazionale.

Tali analisi dovranno essere condotte attraverso la ricognizione del circuito turistico e la ricostruzione dei movimenti turistici a livello locale e dei mobility analytics, utilizzando gli ultimi dati disponibili dei principali database (es. Istat, Visit Piemonte, Unioncamere Piemonte ecc.).

Dovrà essere condotta un'analisi dell'impatto economico sulla base dei dati derivanti dalle rilevazioni di Visit Piemonte e sulla base di questionari condotti su un campione di turisti che abbia visitato l'area (distribuito online e onsite). Si dovrà procedere con un'analisi delle fonti informative presenti a livello locale, rispetto a eventuali indagini aggiornate compiute sui comportamenti di spesa dei consumatori in relazione alle motivazioni di viaggio in zona e all'accesso al Circuito, e una raccolta dei dati statistici dei fruitori 2023. Lo strumento individuato potrà essere un questionario relativo ai comportamenti di spesa in occasione della visita alle Residenze da inviare a chi ha dato la propria disponibilità all'iscrizione alla newsletter, oppure attraverso questionari onsite. Dovrà seguire una fase di analisi e di stima dell'impatto con metodologia EIA (Economics Impact Analysis) attraverso la modalità di raccolta dati ritenuta più opportuna.

C) Strategie di marketing territoriale

- definizione delle linee strategiche di promozione e marketing da intraprendere in risposta agli obiettivi del Piano, e individuazione degli attori da coinvolgere;
- individuazione delle tematiche identitarie utili a strutturare una programmazione unitaria e coerente delle attività del sistema;



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

- impostazione del piano delle attività necessarie a rendere operativa la strategia di valorizzazione turistica della rete dei siti nel suo complesso secondo i vari target di riferimento ed i diversi mercati individuati, al fine di favorire l'attivazione del prodotto turistico nella sua dimensione di circuito e strutturare un'offerta territoriale identitaria e coordinata;
- individuazione di strategie di community engagement e di attività di comunicazione e promozione per posizionare il prodotto turistico Residenze Reali Sabaude sui principali mercati di riferimento individuati.

D) Monitoraggio del Piano Marketing

- individuazione di indicatori per il monitoraggio, strumenti e metodologie da impiegare per l'analisi in itinere dell'andamento del Piano, per la valutazione quantitativa dei risultati raggiunti in riferimento agli indicatori prestabiliti, e per la valutazione qualitativa del grado di soddisfazione dei target individuati rispetto alle azioni messe in campo;
- definizione degli strumenti e delle metodologie da impiegare per la misurazione dell'impatto economico e sociale sul territorio locale e per la successiva pianificazione delle azioni sulla base dei risultati ottenuti.

ESTRATTI DAL PROGETTO FINANZIATO

Il Piano di Marketing territoriale, come sopra specificato, è inserito nel progetto "Residenze Sabaude. Un territorio da re". Poiché esso è propedeutico alla realizzazione degli altri interventi, si riporta di seguito un estratto delle attività previste dal progetto, utile per la redazione della proposta di Piano Marketing.

OMISSIS (...)

2 - Piano di comunicazione

Il Piano di Comunicazione integrato della "nuova destinazione turistica" Residenze Reali Sabaude si svilupperà partendo dalla definizione e dal posizionamento del Brand Residenze Reali Sabaude come insieme delle singole Residenze e dei singoli Comuni su cui queste persistono e che fanno parte del Sistema e che dovranno condividere:

- *visual identity, declinata sui singoli poli culturali;*
- *tono di voce, declinato su tutti i canali;*
- *buyer personas suddivisi per provenienza, lingua, interessi e fattori demografici;*
- *strategie e materiali di visibilità online e offline;*
- *ottimizzazione della presenza digitale;*
- *piano editoriale del circuito;*
- *sistema e politiche di ticketing.*



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

Obiettivi del Piano di Comunicazione:

- *favorire la conoscenza delle Residenze Reali (in particolare di quelle meno note) e dei comuni in cui hanno sede;*
- *creare occasioni di visita - offerta turistica del territorio;*
- *creare community definite e attive in grado di sviluppare un processo di produzione di materiali (UGC-user generated content) in grado di portare visibilità, awareness e brand reputation all'intero circuito;*
- *promuovere storia, inclusività, arte, turismo dei Comuni sede di Residenze;*
- *contribuire all'aumento dell'incoming turistico dai principali mercati di riferimento facendo leva sui punti di forza arte, architettura, paesaggio, storia, enogastronomia, ecoturismo, sport e turismo outdoor.*

Il Piano di Comunicazione si articolerà nelle seguenti macro attività:

a. Comunicazione online e gestione della Brand Reputation

- *implementazione e lancio del portale turistico di riferimento con interoperabilità con www.italia.it;*
- *campagna di influencer marketing e campagne social (canali "paid-media": Pagina Facebook, Profilo Instagram, Canale YouTube, Canale Twitter, mailing list, Google My Business; coinvolgimento di social influencer e blogger selezionati per la realizzazione di micro spot/video promozionali;*
- *realizzazione di video con realtà aumentata.*

b. Press action: attivazione di un ufficio stampa dedicato, organizzazione di press trip, collaborazione con testate di viaggio e sponsor in ambito fotografico.

c. Comunicazione off line e campagne di Marketing Tradizionale.

d. Video promozionale a cura di Film Commission Piemonte. Composto da una clip per ciascuna residenza, con il materiale di film o sceneggiati realizzati nelle Residenze Sabaude laddove presente o di nuova produzione.

e. Accordi di comarketing con vettori aerei e ferroviari nazionali e internazionali (quali Ryanair, SSNF, Trenitalia, Italo, ...) e con le principali OTA (Online Travel Agency quali Expedia, Viator, Get your Guide, Musement, ...).

f. Partecipazione alle principali fiere nazionali e internazionali B2B e B2C a tema turistico/culturale.

3 - Segnaletica turistica interattiva

L'intervento prevede la realizzazione e relativa posa di segnaletica turistica interattiva nel rispetto architettonico di ciascun Comune, rendendo così la "Città Parlante" grazie all'utilizzo del proprio smartphone o tablet. La segnaletica turistica interattiva infatti consentirà al visitatore di accedere a delle



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

informazioni multimediali tramite Qr Code e chip contactless senza dover scaricare nessuna app sul proprio device, facilitando la capacità del turista di:

- crearsi tour personalizzati;
- di orientarsi sul territorio con mappe digitali e fruire di informazioni utili alla visita anche in periodi/orari di chiusura degli uffici turistici e/o in punti non prossimi agli stessi;
- di coinvolgere e valorizzare gli operatori turistici locali, per inserire soluzioni esperienziali nelle proposte di visita;

Tale segnaletica permetterà inoltre:

- la profilazione dell'utenza;
- la realizzazione di contenuti specifici che illustrino il territorio e i beni di riferimento;
- l'accesso a contenuti multimediali almeno in italiano e in inglese;
- la produzione di contenuti LIS e/o di realtà aumentata, per gli utenti con disabilità;
- la realizzazione di video specifici per bambini e ragazzi, per coinvolgere un pubblico più ampio possibile.

4 - Design di itinerari turistici

L'intervento prevede la realizzazione di itinerari specifici a piedi e in bicicletta che forniscano a residenti e visitatori una visione globale del patrimonio UNESCO, in parte all'interno delle residenze, ma soprattutto sui territori dei comuni partner.

Nello specifico, in seguito a una ricognizione degli itinerari esistenti, locali e sovralocali, per la promozione e valorizzazione del circuito si propone l'individuazione di filoni culturali tematici trasversali a tutte o ad alcune delle Residenze Sabaude. Si creeranno anche itinerari di visita all'esterno dei beni Unesco, volti a valorizzare il patrimonio culturale, ambientale e paesaggistico e le peculiarità enogastronomiche dei comuni che ospitano le Residenze.

5 - Eventi e campagna di sensibilizzazione del territorio

L'intervento prevede attività di valorizzazione ed eventi in grado di attrarre il grande pubblico e propone, come strategie di marketing con il coinvolgimento di stakeholder territoriali.

6 - Realizzazione visitor centre Unesco

Il progetto prevede alcuni interventi di allestimento di VISITOR CENTER UNESCO, diffusi sul territorio nei Comuni associati. Questi luoghi saranno utilizzati oltre che a scopo informativo, anche come punti di ritrovo per escursioni e tour programmati, come vetrine dei territori e come basi per costruire i percorsi personalizzati di visita

IL CONTESTO TERRITORIALE

Nei territori di Torino, Agliè, Bra, Govone, Moncalieri, Nichelino, Racconigi, Rivoli, Venaria Reale hanno sede le Residenze Reali Sabaude. Primo caso di sito seriale UNESCO, costituisce un patrimonio dinastico complesso e articolato, composto da edifici con specificità storico-architettoniche, ma con tratti di



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

unitarietà dati dalla “progettualità” unitaria della famiglia reale Savoia di creare una corona di residenze attorno a Torino, capitale dello Stato, a partire dal 1563. Rappresenta nel complesso un’autentica simbiosi tra cultura e natura attraverso la supremazia sullo spazio urbano e la pianificazione di vaste aree rurali. Si caratterizza per un notevole livello di ordine e concentrazione, risultato di una rilevante razionalità politica e dinastica e rappresenta un’organizzazione concentrica autoritaria volta a garantire un continuo, rapido e centrifugo accesso a tutte le Residenze. Cuore del complesso è Torino, che domina un sistema di palazzi, “vigne”, ville, castelli, teatro di una raffinata vita di corte e testimonianza del potere acquisito da Casa Savoia.

L’insieme delle residenze sabaude è un unicum a livello europeo, un vero e proprio “sistema” dal punto di vista storico/culturale.

Le potenzialità turistico culturali sono indiscusse: il circuito delle Residenze Reali è visitato da oltre 2 milioni di persone annualmente (OCP, dato 2020). Tuttavia, le residenze hanno raggiunto livelli di visibilità e riconoscibilità molto diversi, considerando ad esempio la visibilità ottenuta dalla Reggia di Venaria a livello nazionale e internazionale da un lato e all’estremo opposto la riconoscibilità più locale di altre residenze di dimensioni più contenute.

Emerge perciò con forza la necessità di consolidare tale sistema quale destinazione turistica del Piemonte, attraverso un progetto integrato di valorizzazione e promozione, che concorra a aumentare il numero assoluto di visitatori e di pernottamenti, nonché a diversificare le tipologie di visitatori e la loro distribuzione tra le Residenze, sfruttando le più frequentate come traino per l’intero sistema.

Il Piano dovrà perciò individuare le strategie e le azioni per la messa a sistema dell’esistente e di quanto è in fase di realizzazione già come unica entità, per far crescere il prodotto turistico andando a recuperare e incrementare il numero delle presenze turistiche territoriali, con un’offerta che tenga conto delle singolarità di ogni territorio, ma che al contempo narri una storia unica, con filo conduttore “Residenze sabaude. Un territorio da Re”.

In tal senso il progetto intende mettere in valore il finanziamento MIT per sostenere lo start-up delle azioni di marketing turistico del sistema delle residenze per un solido posizionamento nazionale e internazionale.

CARATTERISTICHE DEL SITO UNESCO

Tra il XVI e il XVII secolo la dinastia sabauda volle circondarsi di un sistema di residenze progettate e realizzate dai più importanti architetti dell’epoca: teatro della vita di corte e testimonianza dell’autorità acquisita, luoghi di svago e palazzi di piacere lungo i fiumi, sulla collina e nella campagne intorno alla capitale Torino.

A Torino sorgono i palazzi per la corte da cui si esercitava il governo dello Stato (la “ZONA DI COMANDO”). A poca distanza dalla città, la cosiddetta “CORONA DI DELIZIE”, fatta di splendide



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

residenze di piacere e di caccia, per cerimonie e ricevimenti. A pochi passi dal centro di Torino, attorniate da vigne e giardini, Villa della Regina e il Castello del Valentino furono dimore predilette di principesse e regine; la Palazzina di Caccia e la Reggia di Venaria sono maestosi complessi barocchi. Con la moda ottocentesca della villeggiatura, la corte sabauda trascorre lunghi periodi in accoglienti residenze di campagna nel verde (Castelli di Govone, Agliè e Racconigi, La Mandria, la Tenuta di Pollenzo)

Il World Heritage Committee ha iscritto le Residenze Sabaude nel patrimonio UNESCO in quanto "testimonianza rilevante dell'esuberante genialità dell'arte e dell'architettura del Barocco e del Tardo-Barocco e di un considerevole scambio di influenze riguardante lo sviluppo dell'architettura e della tecnologia delle arti monumentali, la pianificazione delle città e la creazione dei paesaggi".

SVILUPPO DELLA FILIERA TURISTICA

La creazione di un prodotto turistico con protagonista il circuito delle Residenze Sabaude deve tenere in considerazione gli attrattori locali e valorizzare le caratteristiche forti del territorio, stimolare la partecipazione degli operatori e favorire la qualità dell'accoglienza. Diventa dunque inevitabile, soprattutto per le residenze con sedi più decentrate, recuperare i rapporti e le interazioni storicamente presenti con i territori, in modo da offrire proposte omogenee e rispondenti alle aspettative del turista e portare un turismo non tanto di tipo "mordi e fuggi", ma capace di vivere con qualità le proposte autentiche dell'area, sfruttando anche la notorietà delle Residenze più frequentate come traino per l'intero sistema.

La prospettiva è quella di prolungare la permanenza media dei visitatori sul territorio, collegandosi alla filiera turistica enogastronomica e all'eccellenza artigiana, già forte e riconosciuta.

Il territorio afferente alle Residenze Reali offre una varietà di prodotti enogastronomici e eccellenze artigiane legate alla filiera produttiva locale, da valorizzare in percorsi specifici. Tali prodotti enogastronomici sono promossi in una filiera turistica che si basa su una rete imprenditoriale locale di artigiani e operatori enogastronomici professionalmente preparati, che devono essere messi in rete. Spesso esiste un legame tra le Residenze e i prodotti del comparto agricolo, con colture anche presenti nei parchi annessi alle regge.

Numero di attrattori turistici, beni culturali e paesaggistici (puntuali) vincolati presenti nel/i Comune/i coinvolti dal Progetto di valorizzazione

Il circuito delle residenze e pertinenze sabaude attraversa larga parte del Piemonte: il perimetro forma un anello di circa 500 chilometri all'interno del quale si incontrano circa 100 comuni meritevoli di attenzione, un sistema viario e urbanistico principale e vari sottosistemi in parte già definiti, in parte da scoprire e collegare, sintesi delle eccellenze regionali da integrare in un'unica offerta.

Le strade tra le residenze incrociano non solo l'area del gusto e dell'enogastronomia di Langhe, Monferrato e Roero (Patrimonio UNESCO), l'area dei castelli e borghi medievali del Saluzzese, l'area delle acque sorgive e dei parchi naturali delle valli alpine, i castelli del Canavese, ma anche veri e propri sottocircuiti tematici: un percorso archeologico (Pollenzo, Industria, Bene Vagienna), uno



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

dell'architettura romanica (Vezzolano, Staffarda, Sant'Antonio di Ranverso, Novalesa, ecc.), uno dei cicli pittorici medievali (Manta, Sezzadio, Saluzzo), uno delle acque sorgive (Lurisia, Garessio, Vinadio), la strada del Gusto (Langhe, Roero, Monferrato), la Via Francigena, aree protette, parchi naturali e ecomusei, luoghi di pellegrinaggio storico religioso come i sacri monti.

Molto numerosi i beni culturali e paesaggistici vincolati, di cui si riporta il numero per comune:

Torino: 2142; Agliè: 13; Bra: 90; Govone: 4; Moncalieri: 105; Nichelino: 34; Racconigi: 49; Rivoli: 49; Venaria Reale: 48. FONTE: <http://vincoliinrete.beniculturali.it>

PRESENZA DI AREE NATURALISTICHE PROTETTE

Le Residenze Reali Sabaude nascono come complessi monumentali con spettacolari giardini e parchi annessi agli edifici architettonici, rappresentativi del gusto della corte sabauda e delle tendenze delle corti europee, funzionali agli svaghi e alle occupazioni dei sovrani e spesso correlati ad un sistema agricolo ancora oggi presente. Le aree verdi annesse alle regge costituiscono un eccezionale patrimonio naturalistico tuttora preservato attraverso una fitta rete di aree naturali protette

- **AGLIE'**: ZCS/SIC Scarmagno-Torre Canavese; SIR Parco e castello di Agliè
- **BRA**: Zona Naturale di Salvaguardia Boschi e Rocche del Roero
- **BRA-GOVONE**: Zona Naturale di Salvaguardia Fiume Tanaro;
- **GOVONE**: Fiume Tanaro e Stagni di Neive (ZPS)
- **MONCALIERI**: Area Contigua Fascia Fluviale Po piemontese, Lanca di Santa Marta (ZPS, ZCS/SIC), Parco naturale Po piemontese
- **NICHELINO**: Parco Naturale Stupinigi, ZCS/SIC Stupinigi
- **RACCONIGI**: ZCS/SIC Parco di Racconigi e boschi lungo il Torrente Maira
- **RIVOLI**: Zona naturale di salvaguardia Collina di Rivoli, Zona naturale di salvaguardia Dora Riparia
- **TORINO**: Area Contigua Fascia Fluviale Po piemontese, ZCS/SIC Collina di Superga, ZPS Meisino, Zona Naturale di Salvaguardia, Parco naturale Po piemontese, Parco naturale Collina Superga, Zona Naturale Salvaguardia Tangenziale Verde e Laghetti Falchera
- **VENARIA REALE**: ZCS/SIC La Mandria, Parco naturale La Mandria

PARTNER COINVOLTI NELLA PROGETTAZIONE E REDAZIONE DEL PIANO STRATEGICO

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, costituito ai sensi degli articoli 112 e 115 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004 n. 42, recante il "Codice dei beni culturali e del Paesaggio", oltre a conservare e valorizzare le Residenze Reali Sabaude e i beni culturali conferiti o affidati, ha il compito di progettare, realizzare e gestire l'erogazione di servizi comuni al sistema delle Residenze Reali Sabaude, anche di quelle non conferite o affidate al Consorzio, e nello specifico di realizzare un sistema comunicativo e di marketing comune, di promuovere il turismo culturale delle stesse in ambito nazionale



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

e internazionale, assicurando il coordinamento e la collaborazione tra gli istituti anche al fine di sviluppare il piano di gestione del sito Unesco, in qualità di referente dello stesso.

Il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude, nel 2022, ha deciso di attivare una strategia condivisa di Marketing territoriale e di Destination Branding in grado di trasmettere ed esprimere la forte personalità ed identità del nostro patrimonio quale proposta principale del prodotto turistico- culturale del territorio. In tal senso ha istituito, nel proprio organigramma - quale staff della Direzione - un settore specifico denominato "Sviluppo Residenze Reali Sabaude", con il compito di programmare ed attuare le azioni individuate dall'ACTION PLAN 2022 - Documento integrativo al Piano Strategico di sviluppo turistico culturale 2020/2023 del Consorzio.

Di seguito le principali attività che il Consorzio delle Residenze Reali Sabaude ha attuato durante il 2022 - 2023:

- Realizzazione di una nuova Visual identity e individuazione delle Linee guida per piano di comunicazione del Sistema delle Residenze Reali Sabaude del Piemonte 2022-2024;*
- Realizzazione campagna pubblicitaria Residenze Reali Sabaude, per l'anno 2022 e 2023;*
- Realizzazione del portale turistico "Residenze Reali Sabaude";*
- Attività di comunicazione e promozione della tessera turistica "Royal Pass" – biglietto unico delle Residenze Reali Sabaude;*
- Partecipazione a fiere turistiche nazionali ed internazionali;*
- Organizzazione di educational e press tour;*
- Organizzazione delle Camminate Reali 2023;*
- Organizzazione di una mostra fotografica itinerante "Meraviglie Reali";*
- Organizzazione del festival musicale "Cerimoniale e Divertissement".*

L'ATL Turismo Torino e Provincia s.c.rl.

Turismo Torino e Provincia s.c.r.l. è il Convention & Visitors Bureau della città di Torino e del suo territorio provinciale. Nato dalla fusione fra ATL1 "Turismo Torino", ATL2 "Montagnedoc" e ATL3 "Canavese e Valli di Lanzo nel 2007 e dall'incorporazione di Torino Convention Bureau nel 2010, è l'organismo preposto alla promozione della provincia di Torino, quale destinazione di turismo leisure, sportivo, naturalistico, culturale, viaggi individuali e di gruppo, congressi, convention, viaggi incentive e turismo d'affari.

Di seguito le principali attività perseguite dall'ente:

- organizzazione delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica di Torino e provincia sia nel segmento leisure sia nel segmento MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events), attraverso la creazione di prodotti e servizi turistici, al fine di rispondere alla domanda del turista, del congressista e dell'organizzatore di eventi, agevolando e prolungando la permanenza sull'intero territorio e al fine di incrementare i flussi turistici e il numero di eventi.*



CITTA' DI TORINO

Divisione Grandi Eventi e Promozione Turistica

- *comunicazione, sviluppo e la realizzazione di materiali informativi di promozione e accoglienza, che presentano in modo integrato e attraente il prodotto "Torino e provincia" secondo le esigenze e i trend del mercato in Italia e all'estero;*
- *promozione sia verso la stampa nazionale e internazionale e gli operatori professionali del segmento leisure e MICE, sia verso il cliente finale, sempre più interlocutore diretto;*
- *accoglienza dei turisti attraverso gli Uffici del turismo;*
- *candidature per l'acquisizione di grandi congressi.*

CONTENUTO DEL PIANO DI MARKETING TERRITORIALE

Dovrà essere presentato un Piano di Marketing territoriale che si rifaccia a quanto dettagliato negli obiettivi, caratteristiche e risultati attesi, con una descrizione metodologica degli strumenti utilizzati per la redazione del piano e la composizione del team di lavoro.

Dovranno essere presentati:

- La parte di progetto relativa alle analisi;
- tempo richiesto ai partner di progetto e Comuni partner del progetto (Demand Plan);
- descrizione del team di lavoro con caratteristiche e esperienze professionali;
- le strategie e azioni di marketing territoriale;
- il sistema di monitoraggio.

DURATA DELL'ATTIVITA'

Il Piano Marketing, nella parte di analisi e proposta di strategie, dovrà essere realizzato e presentato con i relativi "deliverable" entro 60 giorni lavorativi dalla data di affidamento dello stesso, compatibilmente con il reperimento dei materiali e della disponibilità dei soggetti da coinvolgere. Potrà essere concordata su richiesta dell'offerente una consegna parziale di alcuni elementi qualora si verificassero dei ritardi.

La parte relativa al sistema di monitoraggio e valutazione, la road map di implementazione delle strategie e la presentazione del Piano agli stakeholder coinvolti dovranno essere realizzate entro il 31/12/2024. Il sistema di monitoraggio dovrà essere predisposto per avere una durata temporale di 5 anni.