



LANGHE
MONFERRATO
ROERO

The Home of BuonVivere

RECAP ATTIVITA' 2025 E PIANO
OPERATIVO 2026

Mango 16 gennaio 2026

BOZZA PER DISCUSSIONE



Le cose cambiano. E cambiano più in fretta di quanto avessimo immaginato.

Recenti studi e un'osservazione attenta dei dati numerici, nonché da analisi condotte sul campo, siamo giunti alla fine di un intenso triennio di attività ad alcune considerazioni che riteniamo strategiche e che, prima di passare all'analisi dell'operatività 2026 pensiamo sia opportuno condividere con gli amministratori e i soci.

Partiamo col dire che il turismo si muove all'interno di trasformazioni profonde che toccano il modo in cui le persone vivono, scelgono, comunicano e viaggiano.

Per orientarsi in questo scenario serve andare oltre la previsione lineare: non basta prevedere, bisogna immaginare futuri possibili.

È il passaggio dalla prediction alla foresight: dall'idea di un futuro unico e prevedibile, alla capacità di leggere le incertezze e prepararsi a molteplici scenari.

Partendo da questa osservazione, lo staff dell'Ente Turismo, è stato invitato, nel progettare le attività future a considerare alcuni input strategici.

a) Come affrontare il cambiamento?

Prima di tutto, guardando dietro gli angoli. La sfida è vedere ciò che ancora non si vede: cogliere i segnali deboli del cambiamento – nei comportamenti dei viaggiatori, nell'evoluzione dei media, nell'impatto delle tecnologie – e trasformarli in opportunità per i territori di Langhe, Monferrato e Roero.

b) Dal cliente medio all'esperienza individuale

- Viviamo “la fine della media” (The End of Average): non esiste più un cliente tipo, ma una costellazione di individui con valori, desideri e motivazioni differenti.
- È l'età dell'individualità, in cui il turismo del futuro valorizza le differenze e costruisce esperienze su misura.
- I dati diventano la chiave per conoscere, comprendere e personalizzare, non per omologare.
- L'attenzione si sposta dai numeri alle persone, dalle statistiche alle storie, dai flussi ai legami.

c) Dall'agire al far accadere

- Siamo entrati nell'era dell'autonomia (The Age of Autonomy), dove intelligenza artificiale, automazione e Internet of Everything ampliano le capacità umane.
- Non si tratta di “fare di più”, ma di fare meglio: utilizzare la tecnologia per rendere più efficiente la gestione, più fluida la comunicazione, più consapevole la pianificazione.
- Un turismo che impara, si adatta e collabora: un ecosistema intelligente, non una somma di singole azioni.





Bruno Bertero

d) Dalla realtà fisica alla realtà aumentata

- Viviamo “la fine della realtà” (The End of Reality), un tempo in cui il confine tra atomi e bit si dissolve.

Nasce una nuova dimensione phygital, dove l’esperienza del viaggio unisce presenza fisica, realtà estesa (XR) e capacità computazionale. Il visitatore costruisce la propria realtà personale, e i territori devono saperla accogliere, amplificare e rendere autentica.

e) Dall’abbondanza alla consapevolezza

“There is no Planet B.”

Siamo nell’era della scarsità (The Age of Scarcity): risorse finite, nuove vulnerabilità globali, bisogno di materiali e processi sostenibili. Il turismo del futuro non può più basarsi sull’idea di crescita illimitata, ma su quella di valore rigenerativo. Innovare significa ripensare le catene del valore in chiave sostenibile, responsabile e solidale.

f) Dal profitto allo scopo

È la fine del capitalismo “profit-first” (The End of Profit-First).

Il nuovo paradigma è l’Age of Purpose, dove il successo non si misura solo in risultati economici, ma in impatto sociale e ambientale. Superare i trade-off tra sostenibilità e profitto diventa la sfida del nostro tempo: progettare per il pianeta, per le comunità, per il futuro.

g) Dall’impresa isolata all’ecosistema

The End of Isolation.

Il valore non nasce più dentro i confini di un’organizzazione, ma nella connessione tra reti, attori e territori. Viviamo nell’Age of Ecosystems: un contesto iperconnesso e ipercomplesso, dove collaborazione, API economy e apertura generano innovazione condivisa. Nel turismo, questo significa costruire alleanze territoriali e comunità di scopo tra pubblico e privato, tra imprese e istituzioni.

h) Dalla proprietà all’accesso

The End of Ownership.

Nell’Age of Access, ciò che conta non è possedere, ma poter accedere. L’economia delle piattaforme e la dematerializzazione ridisegnano il concetto stesso di valore: ciò che è mio è tuo, in un modello basato su condivisione, innovazione “outcome-driven” e sostenibilità.

Quello che ci accingiamo a presentare è un piano che immagina, connette, trasforma

Il Piano Operativo 2026 nasce con l’ambizione di coniugare visione e concretezza. Ogni area dell’Ente contribuirà con azioni specifiche, ma all’interno di una visione comune:

- un turismo sostenibile e identitario,
- fondato sulle persone e sulle comunità locali,
- aperto all’innovazione e al mondo.

Non possiamo prevedere tutto, ma possiamo prepararci a molte possibilità.





Bruno Bertero

I DEEP TREND

Come per gli scorsi anni, i DeepTrend tracciano la rotta delle aree operative dell'Ente. Non potendo ancora avere un quadro complessivo e esaustivo delle nuove tendenze individuate dai semiologi, ci siamo limitati a far nostre le suggestioni che sono state divulgate All'interno del tema del Realistic Pattern, la Travel & Hospitality Vision +26 del TTG Rimini invita a leggere la realtà come un tessuto di relazioni autentiche, sostenibili e consapevoli.

Cinque Deep Trend delineano i comportamenti e i desideri che plasmeranno il viaggio dei prossimi anni:

Forward to Re-Naturing

Un ritorno alla naturalità delle esperienze e dei gesti: la ricerca di autenticità, semplicità e armonia con l'ambiente. Per Langhe Monferrato Roero significa promuovere esperienze che riconnettono le persone con la natura e i ritmi umani dei luoghi.

Autenti-Care

Il valore dell'intimità e della cura: spazi piccoli, esperienze riservate, relazioni sincere. Un turismo che accoglie e protegge, dove ogni ospite si sente unico, e l'ospitalità diventa un gesto personale.

I Want to Belong

Il bisogno di appartenenza in un mondo di realtà plurime. Le persone cercano comunità di senso e di valori: un invito per i territori a costruire narrazioni condivise e identitarie, dove viaggiare significa anche sentirsi parte.

Eternal Memories

La riscoperta del valore simbolico e archetipico dei luoghi. Il turismo esperienziale evolve verso la creazione di icone, rituali e memorie collettive che superano il tempo e diventano patrimonio culturale.

As a Living System

Un nuovo modo di pensare i territori come ecosistemi vivi, interconnessi e dinamici. Ogni elemento – pubblico, privato, comunità, ambiente – partecipa a un sistema che si autoregola e cresce in armonia.

Una visione comune

La convergenza tra i paradigmi di trasformazione e i Deep Trend TTG ci consegna una direzione chiara:

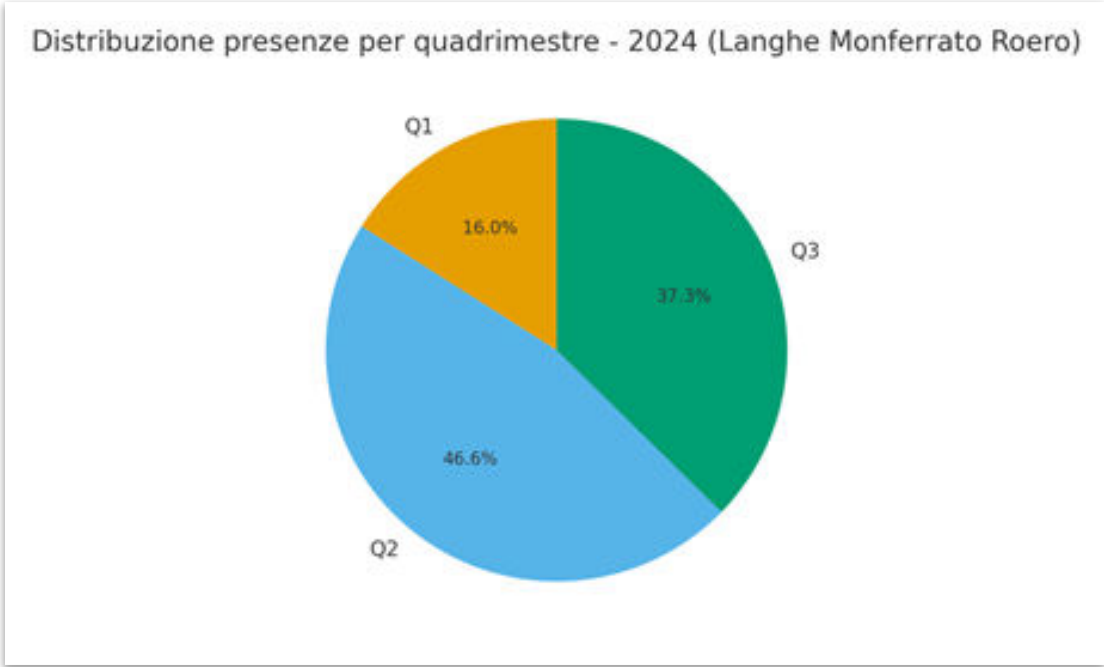
- il turismo del futuro sarà più umano, più consapevole e più interconnesso.
- Non più solo spostamenti, ma esperienze di senso.
- Non più solo visitatori, ma partecipanti di un racconto collettivo.



ANDAMENTI E CONSIDERAZIONI: UN TURISMO CHE CAMBIA RITMO, SENSO E FORMA

Il turismo non è più soltanto un fenomeno economico: è un fenomeno sociale globale. I dati 2024 delle Langhe Monferrato Roero lo confermano in modo tangibile, ma dietro ai numeri si legge qualcosa di più profondo: un cambiamento di paradigma nel modo in cui le persone viaggiano, scelgono e vivono le destinazioni. Tra i tanti dati a nostra disposizione quello che ci obbliga a riflessioni più attente e approfondite è sicuramente quello relativo alla distribuzione quadrimestrale delle presenze e le variazioni percentuali registrate dal 2019 al 2024

Tendenze anno 2024



Osserviamo

Il secondo quadrimestre (maggio–agosto) rappresenta oggi il 46,6% delle presenze totali, diventando il cuore della stagione turistica.

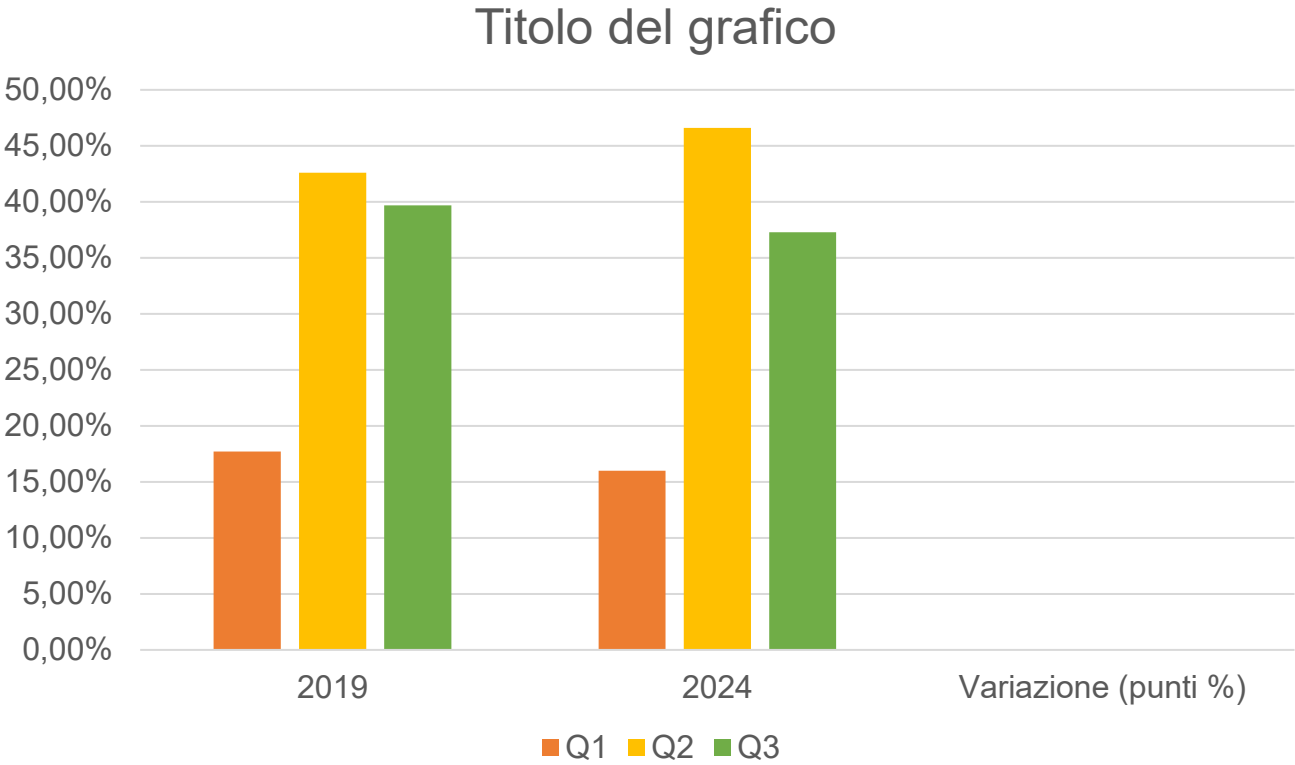
Il terzo quadrimestre (settembre–dicembre) mantiene un ruolo importante (37,3%), ma non è più il picco assoluto di un tempo, mentre il primo quadrimestre (gennaio–aprile), pur limitato (16%), mostra margini di crescita legati a forme di turismo lento, rigenerativo e benessere.

Questi dati ci raccontano una destinazione che ha spostato il proprio baricentro: la “nuova alta stagione” è la primavera–estate, periodo in cui le esperienze all’aria aperta, il contatto con la natura e le pratiche outdoor si affermano come motivazioni dominanti del viaggio.



Confronto 2019 -2024

Quadrimestre	2019	2024	Differenza (punti %)
Q1	17,7%	16,0%	▼ -1,7
Q2	42,6%	46,6%	▲ +4
Q3	39,7%	37,3%	▼ -2,4



Ecco la **comparazione 2019–2024** della distribuzione delle presenze per quadrimestre in Langhe Monferrato Roero:

Commento sintetico:

- Il peso del secondo quadrimestre (Q2) è cresciuto di 4 punti percentuali, diventando il periodo di massima concentrazione turistica.
- Il terzo quadrimestre (Q3), un tempo più preponderante (39,7% nel 2019), ha perso 2,4 punti, segno di una migrazione dei flussi verso la primavera-estate.
- Anche il Q1 mostra un decremento moderato (-1,7 punti)
- Il grafico a colonne evidenzia il cambio strutturale nella stagionalità: la curva dei flussi si è anticipata e concentrata su Q2, richiedendo un adattamento della pianificazione di servizi, eventi e promozione.





Bruno Bertero

Ma il vero cambiamento non è solo temporale — è culturale.

Non esistono più categorie definite di turisti, né “mercati” nel senso tradizionale del termine.

È finita l’epoca del “turista tedesco”, “americano” o “scandinavo” intesi come gruppi omogenei, ciascuno con comportamenti prevedibili.

Oggi le motivazioni di viaggio attraversano i confini geografici: il turista tedesco può scegliere le Langhe per pedalare tra le colline come lo svizzero o lo statunitense, mentre il visitatore coreano o canadese può arrivare per vivere esperienze enogastronomiche autentiche o per immergersi nel paesaggio culturale del vino.

Il “chi” si muove conta sempre meno, mentre conta sempre di più il “perché”.

In questo scenario di ibridazione dei comportamenti e omologazione globale delle abitudini di viaggio, i turisti condividono un insieme di valori universali – autenticità, benessere, sostenibilità, libertà, connessione con la natura – che si esprimono con sfumature culturali differenti, ma seguono una matrice comune.

Il turismo, dunque, non si può più leggere per provenienza o per etichette di mercato, ma va interpretato come un ecosistema di esperienze, bisogni e desideri in continua evoluzione.

Per Langhe Monferrato Roero questo significa adottare un approccio nuovo:

- **non più marketing per mercati, ma strategie per motivazioni e stili di vita;**
- **non più target statici, ma comunità dinamiche di interesse;**
- **non più promozione di prodotti, ma costruzione di narrazioni identitarie che parlano a un viaggiatore globale in cerca di autenticità.**

All’interno di questo quadro, la destinazione Outdoor non è una “moda”, ma una chiave di lettura strutturale del turismo contemporaneo.

Significa valorizzare il paesaggio come spazio di relazione, integrare servizi, mobilità, accoglienza e offerta culturale in un sistema coerente con i nuovi ritmi della domanda.

Significa anche ripensare la gestione del territorio:

- adeguare aperture e ferie degli operatori ai nuovi picchi stagionali;
- rafforzare la rete dei servizi pubblici e privati nei mesi di maggiore afflusso;
- progettare esperienze capaci di destagionalizzare i flussi e di equilibrare la pressione turistica tra i quadrimestri.

Il turismo del futuro — e già del presente — non si lascia più classificare, ma va compreso, accompagnato e coltivato.

E per farlo serve una destinazione capace di ascoltare, di adattarsi e di costruire valore condiviso: un territorio vivo, che cresce in armonia con le persone che lo abitano e con quelle che lo scelgono.





Bruno Bertero

Un nuovo ciclo di lavoro per la destinazione

Se nei primi tre anni il lavoro dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero è stato orientato a costruire reti, sistemi di prodotto e strumenti di coordinamento, il prossimo triennio rappresenta la fase della valorizzazione e della maturazione. Oggi la nostra missione si evolve: vogliamo dare pieno valore a quanto costruito, consolidando le reti, rafforzando la qualità delle esperienze e sviluppando nuovi linguaggi per raccontare la destinazione nel mondo.

Lo faremo seguendo le nostre sensibilità e la nostra esperienza in materia di turismo, continuando a formarci, a confrontarci con le migliori pratiche internazionali e a osservare con attenzione le tendenze di un mercato in continua trasformazione. L'obiettivo è uno solo: rendere Langhe Monferrato Roero una destinazione capace di interpretare il presente e di anticipare il futuro, mantenendo saldo il legame con la propria identità culturale e paesaggistica.

Dalla visione alla strategia operativa

Il presente Piano Operativo si inserisce in questa traiettoria evolutiva: rappresenta il ponte tra la visione strategica della destinazione e le azioni concrete da realizzare nel prossimo triennio. Grazie al lavoro svolto negli ultimi anni per creare sistemi e reti di collaborazione, l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero ha contribuito in modo determinante a costruire le condizioni per alcuni importanti risultati, tra cui il riconoscimento di Alba Capitale dell'Arte Contemporanea.

Siamo stati tra i primi a credere nel potenziale dell'arte contemporanea come leva identitaria e di valorizzazione territoriale — a partire dal primo progetto Alcotra, che ha portato alla realizzazione delle installazioni artistiche di Roddino e Neviglie. Da allora, abbiamo sostenuto e connesso iniziative diffuse, contribuendo alla nascita di una rete di eventi, artisti e realtà culturali che oggi rappresenta un punto di riferimento per la destinazione e un motore di innovazione nella narrazione del territorio.

I Club di Prodotto, nati per mettere a sistema il settore privato e per creare una rete virtuosa tra operatori, continueranno a essere il perno dell'azione dell'Ente. Allo stesso modo, il coordinamento e la valorizzazione delle iniziative pubbliche restano una priorità strategica, con l'obiettivo di armonizzare la comunicazione, integrare le progettualità e accrescere la riconoscibilità complessiva della destinazione Langhe Monferrato Roero — tre territori, tre anime, una sola visione condivisa.

Nei capitoli successivi, il Piano entrerà nel dettaglio delle azioni programmatiche e dei sistemi di prodotto che intendiamo sviluppare e valorizzare nel prossimo anno, in un percorso che unisce coerenza strategica, collaborazione territoriale e crescita sostenibile. L'Ente individua alcuni prodotti trasversali a tutte e tre le aree — enogastronomia, arte contemporanea e cultura, wellness e outdoor — come assi portanti della propria strategia di sviluppo.

Tra questi, l'outdoor si afferma come dimensione centrale e identitaria della destinazione, capace di coniugare paesaggio, mobilità dolce, sport, natura e benessere in un'unica esperienza immersiva. Su questi prodotti comuni si concentreranno le azioni di rafforzamento, coordinamento e posizionamento internazionale, mentre per ogni singola area — Langhe, Monferrato e Roero — saranno sviluppati e potenziati prodotti specifici, coerenti con le peculiarità territoriali, le vocazioni locali e le comunità che le animano.





Bruno Bertero

Le Langhe hanno rappresentato per noi un territorio-pilota e strategico, dove la costruzione di reti operative e sistemi integrati ha permesso di collegare eccellenze storiche e nuove traiettorie di sviluppo.

In questi anni abbiamo messo in sinergia eventi fortemente identitari come la Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, l'Asta Mondiale del Tartufo, il Palio degli Asini e altre manifestazioni di rilievo, con la volontà di costruire non singoli appuntamenti, ma sistemi capaci di generare valore diffuso, permanenza e riconoscibilità territoriale.

In parallelo, abbiamo anticipato con convinzione la leva dell'arte contemporanea, riconoscendone il potenziale come strumento di narrazione e valorizzazione del paesaggio, dell'identità e delle comunità locali.

A titolo esemplificativo, il progetto **Orma. Tracce d'Artista** ha saputo trasformare le colline delle Langhe in un autentico "quaderno di viaggio" dell'arte, con installazioni site-specific, residenze d'artista, performance e momenti di interazione con i luoghi e le persone.

Grazie a queste azioni, è stata creata una rete culturale diffusa, oggi riconosciuta come elemento distintivo della destinazione: le installazioni diventano tappe di un percorso esperienziale, l'arte si fonde con il paesaggio, i borghi e i vigneti, e le comunità locali partecipano attivamente al racconto.

Guardando al prossimo triennio, l'obiettivo per le Langhe è rafforzare e ampliare questi sistemi di prodotto — trasformando le manifestazioni storiche in veri **hub identitari** e l'arte contemporanea in una piattaforma permanente di attrazione e valorizzazione.

Si punta a consolidare la collaborazione tra operatori, istituzioni, territori e comunità, costruendo percorsi esperienziali che uniscano il tartufo, il vino, il paesaggio, l'arte e l'outdoor, rendendo le Langhe una destinazione viva, coerente e integrata.

In questo contesto si inserisce il progetto **Bike Land**, sostenuto dall'ATL Langhe Monferrato Roero in collaborazione con le Unioni di Comuni della Langa del Barolo, dell'Alta Langa, della Val Tanaro e della Langa Cebana, con il sostegno della Fondazione CRC.

Il progetto ha l'obiettivo di mettere a sistema i percorsi cicloturistici che uniscono le Langhe alle Alpi e di integrarli con le grandi progettualità in corso, come il Programma Interreg VI-A Alcotra "PAYSAGE+ Aimable" e la Ciclovía del Mare, itinerario che collega Locarno a Nizza attraversando l'intero Piemonte orientale.

Attraverso incontri di formazione e il coinvolgimento diretto di amministrazioni, operatori turistici e guide, Bike Land mira a rafforzare la qualità dell'offerta cicloturistica locale, posizionando la destinazione nella fascia alta del mercato bike e valorizzando il legame tra paesaggio, sostenibilità e accoglienza.

In questa stessa direzione si colloca l'organizzazione di **WOW – la Borsa Internazionale del Turismo Outdoor**, evento di riferimento per il turismo attivo e sostenibile, che vede il Cuneese e le Langhe registi di questo progetto ambizioso.

Essere soggetto attivo a WOW significa confermare la volontà dell'Ente di posizionarsi come destinazione leader per il turismo outdoor, capace di offrire esperienze autentiche legate alla natura, alla mobilità dolce e al benessere.

Accanto a queste linee di sviluppo, non verranno tralasciati i grandi capisaldi del turismo langarolo: il **Paesaggio vitivinicolo Patrimonio UNESCO**, i grandi vini del territorio con gli eventi ad essi riconducibili, la buona cucina e le eccellenze enogastronomiche che da sempre rappresentano il cuore dell'esperienza di visita.

Tutti questi elementi si inseriscono in un piano di progettazione orientato a un turismo di qualità, capace di generare valore economico, culturale e sociale in equilibrio con il territorio.

Infine, il nostro impegno guarda con decisione al fronte della sostenibilità: l'obiettivo è quello di procedere, insieme al Roero e all'intera provincia di Cuneo, verso una destinazione certificata secondo gli standard **GSTC (Global Sustainable Tourism Council)**, adottando criteri condivisi per la gestione responsabile, la tutela ambientale e la crescita equilibrata dell'offerta turistica.





Bruno Bertero

Il Monferrato conferma per il terzo anno consecutivo un trend di crescita costante dei flussi turistici, a testimonianza di un lavoro di sistema sempre più efficace. In quest'area, le operazioni strategiche sono state numerose e articolate, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio culturale, paesaggistico e produttivo attraverso eventi, progetti e collaborazioni di alto profilo.

Tra queste, spicca il ruolo dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero come organizzatore, su delega della Camera di Commercio Alessandria-Asti, della **Douja d'Or 2025**, storico salone nazionale dei vini che ha trasformato piazza San Secondo ad Asti in un grande palcoscenico del gusto per dieci giorni. L'evento — realizzato insieme alla Camera di Commercio, Banca d'Asti, Fondazione Cassa di Risparmio di Asti e ai Consorzi del vino del Monferrato — pur organizzato in pochissimo tempo ha registrato e in spazi contenuti, ha registrato un buon numero di presenze tra degustazioni e masterclass dedicate alle eccellenze vitivinicole italiane e internazionali.

Un risultato che ha confermato la capacità dell'Ente di mettere a sistema competenze, professionalità e relazioni per realizzare grandi eventi esperienziali in grado di generare visibilità, qualità e sviluppo territoriale.

Alla luce di questo successo, l'Ente è pronto a curare anche le edizioni 2026 e 2027 della Douja d'Or, a fronte di un maggiore investimento da parte dei partner istituzionali, per consolidare ulteriormente il posizionamento dell'evento come volano dell'enoturismo nazionale.

L'impegno nel Monferrato prosegue anche nella promozione del Settembre Astigiano, che rappresenta uno dei momenti più identitari dell'anno, con il Palio di Asti come evento di punta. In questo contesto, l'Ente sostiene la candidatura a un bando ministeriale per la realizzazione, nel 2026, di un docufilm dedicato ai 750 anni del Palio, con l'obiettivo di raccontarne la storia, le tradizioni e il valore comunitario in chiave contemporanea.

Accanto a questo impegno, l'Ente supporta anche rassegne come "**Rosso Barbera**" di Costigliole d'Asti e numerosi altri eventi enologici promossi nei diversi comuni del territorio, riconoscendo nelle eccellenze vitivinicole un valore imprescindibile per la promozione turistica e identitaria del Monferrato.

Vivere il Monferrato significa anche valorizzare tutte le manifestazioni legate al **tartufo** e le sagre locali dei Comuni, eventi che rappresentano una componente sempre più apprezzata dai turisti. Prosegue infatti il nostro impegno nella promozione del tartufo nero, con il progetto "**Tutte le stagioni del tartufo**", e del tartufo bianco, attraverso la creazione di esperienze che consentano al turista di immergersi nella cultura locale e di partecipare a iniziative di sostenibilità etica e ambientale, valorizzando così al meglio le eccellenze del territorio.

Sul fronte della cultura contemporanea, il Monferrato ha vissuto negli ultimi anni un'importante stagione di crescita. Dopo il grande investimento del 2024 con "Panorama Monferrato" di Italics, l'Ente ha consolidato il suo ruolo con il progetto "**Orma. Tracce d'artista in Langhe Monferrato Roero**", che da maggio a novembre collega installazioni, borghi e paesaggi in un racconto unitario dell'arte contemporanea. Progetti come "**Germinal**", insieme a **Monferrato On Stage** promosso dalla Fondazione MOS, rappresentano esempi concreti di animazione territoriale e culturale, attraverso cui l'Ente mira a trasformare eventi e festival in circuiti culturali permanenti, valorizzando la creatività diffusa e la collaborazione interterritoriale — con il Monferrato afferente ad Alexala, con Torino e con Cuneo.

In quest'ottica di rete, l'Ente è stato anche partner attivo del progetto "**Un patrimonio da raccontare**" e della prima edizione di WEBE – Borsa del Turismo UNESCO, promossa da Canelli e dai paesi del vino Patrimonio Mondiale. Essere parte di questo percorso significa agire come custodi e facilitatori di un sistema condiviso, volto a consolidare il brand UNESCO e a rafforzare l'attrattività complessiva della destinazione.

Guardando al futuro, l'Ente continuerà a promuovere i prodotti classici del Monferrato — l'enogastronomia, la cultura, i vini e i paesaggi vitivinicoli — ma con un'attenzione crescente all'outdoor e alle esperienze legate alla natura e alla mobilità dolce

. L'auspicio è che il Monferrato possa entrare a pieno titolo nell'associazione WOW – World Outdoor Week, la Borsa Internazionale del Turismo Outdoor, diventando parte di una rete di destinazioni che condividono la visione di un turismo sostenibile, attivo e di qualità. Infine, anche per il Monferrato, l'obiettivo resta chiaro: proseguire lungo il percorso di sostenibilità e certificazione GSTC, in sinergia con il Roero e l'intera provincia di Cuneo, per una destinazione sempre più coerente, competitiva e responsabile.



Bruno Bertero

Il Roero rappresenta un territorio in forte evoluzione, capace di distinguersi con una propria identità turistica ben definita. Meno connotato rispetto alle Langhe come destinazione enogastronomica, il Roero è stato tuttavia precursore nel proporsi come meta d'eccellenza per l'**outdoor** e per l'**arte contemporanea**, anticipando tendenze oggi centrali nel panorama del turismo esperienziale.

Sul fronte culturale, il Roero si afferma come laboratorio creativo e diffuso grazie a progetti come "**Creativamente Roero**", una delle iniziative cardine del circuito "**Orma. Tracce d'Artista**", che unisce installazioni, residenze e performance site-specific nei borghi e nei paesaggi del territorio.

Attraverso queste esperienze, l'arte diventa strumento di racconto, partecipazione e rigenerazione, coinvolgendo comunità locali, artisti e visitatori in un dialogo continuo tra cultura contemporanea e paesaggio vitivinicolo Patrimonio UNESCO.

Parallelamente, il Roero si è consolidato come destinazione outdoor di riferimento, grazie alla collaborazione con l'**Ecomuseo delle Rocche del Roero**, partner strategico nello sviluppo e nella promozione di percorsi dedicati alla mobilità dolce, al cicloturismo gravel e al trekking.

Le iniziative condivise mirano a potenziare l'offerta di esperienze autentiche e sostenibili, in grado di valorizzare la rete di sentieri, colline e borghi, integrando sport, natura e accoglienza in un sistema coerente con le nuove tendenze del turismo attivo.

Prosegue anche il nostro impegno nella valorizzazione del **tartufo** in tutte le sue declinazioni stagionali. Per due anni, in collaborazione con l'Associazione Commercianti di Bra, abbiamo sviluppato attività di promozione, animazione e formazione sui mercati di prossimità. Il progetto "**Tutte le stagioni del tartufo**" ha animato gli eventi legati al tartufo primaverile e estivo anche nelle province liguri, anticipando la nascita di una collaborazione strutturata con le amministrazioni liguri, attualmente supportata dall'Assessorato regionale, per creare esperienze che permettano ai turisti di vivere al meglio la cultura locale in chiave sostenibile, etica e ambientale.

L'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero continua inoltre a sostenere e promuovere i progetti culturali e identitari del territorio, in collaborazione con istituzioni e associazioni locali, come la **Strada Romantica** delle Langhe e del Roero, uno dei percorsi più evocativi per scoprire la bellezza paesaggistica e umana della zona.

Questi progetti contribuiscono a rafforzare il posizionamento del Roero come territorio capace di coniugare tradizione e innovazione, arte e natura, comunità e ospitalità.

Sul fronte enogastronomico, il Roero si distingue per la qualità delle produzioni locali e per l'evento internazionale "**Cheese**", organizzato da Slow Food, con il quale l'ATL collabora per sviluppare strategie di turismo di qualità, sostenibile e orientato alla valorizzazione delle filiere locali.

Analogo impegno viene dedicato alla crescita e valorizzazione dell'evento "**BRA'S**, il festival della salsiccia, del formaggio, del pane e del riso" organizzato dal Comune di Bra. L'iniziativa, recentemente riconosciuta Fiera Nazionale, rappresenta un appuntamento strategico per la promozione del patrimonio gastronomico piemontese e contribuisce al rafforzamento del sistema territoriale di eventi che unisce tradizione, qualità e innovazione enogastronomica.

Guardando al prossimo triennio, l'obiettivo è consolidare e ampliare le reti di collaborazione, favorendo la crescita di un ecosistema turistico integrato che unisca arte, outdoor, cultura, enogastronomia e tartufi in un modello di sviluppo armonico e sostenibile. In continuità con Langhe e Monferrato, anche il Roero sarà parte attiva del percorso verso la **certificazione GSTC**, condividendo con l'intera¹ provincia di Cuneo la visione di una destinazione unita, responsabile e orientata al futuro.



UNA NUOVA DIREZIONE PER LA DESTINAZIONE LMR

Negli ultimi anni il comparto MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) ha subito un'evoluzione profonda. L'area Incentive, in particolare, sta assumendo una nuova fisionomia, capace di generare esperienze autentiche e di forte impatto territoriale, anche attraverso micro-eventi diffusi. Questo cambiamento apre scenari inediti per la destinazione Langhe Monferrato Roero, che si prepara a vivere una vera e propria svolta nel 2028, con l'apertura del Centro Congressi Banca d'Alba.

1. Un percorso già avviato

L'impegno dell'Ente sul fronte MICE è già iniziato nel 2025, grazie anche al contributo di Banca d'Asti. Gli interventi realizzati — dalla mappatura del territorio all'analisi delle strutture idonee per ospitare eventi e meeting — hanno posto le basi per un posizionamento competitivo della destinazione nei mercati congressuali nazionali e internazionali. Parallelamente, la partecipazione a fiere di settore (tra cui ITHIC e IBTM) ha consentito di presentare Langhe Monferrato Roero come una destinazione ideale per eventi di piccola e media scala, fondata su autenticità, qualità e accoglienza.

2. Una visione al 2028

Il nuovo Centro Congressi Banca d'Alba rappresenterà un investimento strategico, destinato a trasformare la vocazione turistica del territorio. L'intervento — che unisce innovazione architettonica, sostenibilità e multifunzionalità — costituirà un motore di destagionalizzazione per l'intero sistema LMR, capace di generare flussi nei mesi tradizionalmente più deboli (primo e terzo quadrimestre) e di rafforzare la reputazione del territorio come hub del turismo business e congressuale.

3. Micro-eventi e reti territoriali

Se l'asse principale del MICE avrà il suo fulcro ad Alba, il futuro di questo segmento sarà caratterizzato da una diffusione di micro-eventi su tutto il territorio LMR. Questa tendenza — già evidente a livello nazionale e confermata dalle previsioni di crescita del comparto congressuale piemontese (+6% nel 2024, fonte Corriere PL) — offre opportunità di specializzazione per hotel, dimore storiche e location minori, pronte a ospitare meeting, incentive e format esperienziali.

Per accompagnare questa evoluzione, l'Ente sta progettando percorsi di formazione specifica per gli operatori e la creazione di un Club di Prodotto MICE, volto a favorire reti tra strutture, agenzie e fornitori di servizi qualificati.

4. Attrazione di investitori e sviluppo immobiliare

Un ulteriore fronte di lavoro riguarda il dialogo con potenziali investitori e operatori immobiliari, volto a sostenere la nascita o la riqualificazione di spazi adatti a ospitare eventi. In questo ambito, la partecipazione alla fiera ITHIC ha consentito di avviare contatti mirati con soggetti interessati a investimenti ricettivi e congressuali, rafforzando l'immagine di Langhe Monferrato Roero come destinazione di valore per l'hospitality e l'evento d'impresa.

5. Prospettive e obiettivi operativi

Nel triennio 2026–2028 l'Ente proseguirà su tre direttrici:

- Implementazione dell'area MICE, in sinergia con Banca d'Alba e altri stakeholder territoriali, per definire i servizi di una struttura stabile dedicata (Convention Visitor Bureau o Business Unit territoriale).
- Collaborazione con la Regione Piemonte, in particolare con l'Assessorato ai Trasporti, per progettare un sistema di collegamenti green strategici per la destinazione.
- Costruzione di un'offerta integrata, che unisca meeting, incentive, enogastronomia, outdoor e wellness. Con particolare attenzione alla sostenibilità.
- Rafforzamento della presenza fieristica e B2B, con azioni di promozione dedicate e materiale specifico (brochure MICE, video, campagne ADV).

6. Una strategia di sistema

Il MICE rappresenta non solo una leva economica, ma anche una piattaforma di connessione tra imprese, istituzioni e comunità locali. Attraverso eventi, congressi e incentive esperienziali, il territorio potrà valorizzare le proprie eccellenze e ampliare il calendario di attrattività oltre la stagione turistica tradizionale, promuovendo una crescita armonica e sostenibile.



Una destinazione che evolve con il turismo e per il turismo

Come si evince da quanto espresso finora l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, con il suo management e il suo staff, interpreta il turismo come **ecosistema di esperienze e bisogni in continua evoluzione**.

Oltre a paesaggio, outdoor e enogastronomia, sono molti i progetti in attesa di poter prendere forma. Ad esempio l'Ente intende valorizzare il **patrimonio letterario e culturale** del territorio. Il Piemonte ha dato i natali a grandi autori e oggi offre una pluralità di eventi letterari e festival. È in progettazione un **evento dedicato alla narrativa e alla memoria dei luoghi**, con l'obiettivo di consolidare l'offerta culturale e attrarre un pubblico nazionale e internazionale.

Sul fronte artistico, se da un lato il riconoscimento di **Alba Capitale dell'Arte Contemporanea** ci sprona a portare avanti progetti tarati su questo specifico settore, non dobbiamo dimenticare che la destinazione ha un ricco patrimonio di **musei, edifici religiosi e castelli** che rappresentano importanti attrattori culturali. Il loro sviluppo sarà parte integrante delle strategie operative, in connessione con i circuiti di arte contemporanea e con iniziative di valorizzazione dei borghi e del paesaggio.

Questa visione richiede una destinazione capace di **ascoltare, adattarsi e costruire valore condiviso**. Langhe Monferrato Roero si propone come un territorio vivo, che cresce in armonia con le comunità locali e con i visitatori.

Le attività operative nelle tre aree — **prodotti turistici, comunicazione, marketing, promozione, accoglienza, formazione e sostenibilità** — daranno concretezza a questa visione, traducendo la strategia in azioni misurabili. L'obiettivo è costruire **una destinazione autentica, integrata e contemporanea**, capace di interpretare i cambiamenti del turismo globale e di guidarli.

Verso una destinazione unita e sostenibile

La traiettoria di Langhe Monferrato Roero guarda con decisione verso un modello di sviluppo turistico sostenibile, coerente con i principi del **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**.

L'obiettivo condiviso con le istituzioni provinciali e regionali è di ottenere la certificazione di destinazione sostenibile, adottando criteri comuni di gestione, tutela ambientale e crescita equilibrata.

Questo percorso non riguarda solo la gestione delle risorse, ma la costruzione di una governance collaborativa, capace di unire territori, operatori e comunità in una visione comune di crescita responsabile e duratura.

In questa direzione, l'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero lavora in stretta sinergia con la **Cabina di Regia istituzionale della Fondazione CRC**, assumendo il ruolo di soggetto capofila per lo sviluppo dei progetti del Sistema provinciale culturale e turistico integrato. L'obiettivo del progetto — *“Creare un sistema provinciale culturale e turistico integrato per l'intera area cuneese”* — è valorizzare le risorse locali, potenziando la sinergia tra cultura e turismo e promuovendo la digitalizzazione dell'offerta culturale.

Competenze, professionalità e valore condiviso

Lo **staff** dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, grazie a un importante investimento in formazione che ha coinvolto tutte le aree operative, rappresenta oggi un **punto di riferimento per gli stakeholder territoriali**.

È riconosciuto come **partner creativo** nella predisposizione di progetti per bandi e iniziative in cui l'Ente non è soggetto ammissibile, mettendo a disposizione competenze tecniche, progettuali e organizzative di alto livello a beneficio dei soci e del sistema territoriale.

Le competenze sviluppate permettono di mantenere un controllo puntuale dell'offerta turistica, grazie alle attività di ascolto, analisi statistica e consulenza alle strutture ricettive, e di fornire supporto operativo in progetti strategici come il rilancio dell'Enoteca di Mango.

Questo modello operativo consolida l'Ente come **hub di competenze e innovazione**, capace di tradurre la visione strategica in azioni concrete e misurabili.

Le **attività operative** nelle tre aree — prodotti turistici, comunicazione, accoglienza, formazione e sostenibilità — rappresentano la leva per costruire una **destinazione autentica, integrata e contemporanea**, in grado di interpretare i cambiamenti del turismo globale e di guidarli.





Bruno Bertero

Sostenibilità Etica e Coesione Sociale della Destinazione

La sostenibilità non è più soltanto un tema ambientale: è una responsabilità collettiva che coinvolge persone, comunità e territori. Langhe Monferrato Roero si muove oggi verso un concetto di sostenibilità etica, in cui la qualità dell'esperienza turistica si intreccia con la qualità della vita di chi abita i luoghi. Costruire una destinazione sostenibile significa costruire una società inclusiva, consapevole e solidale, capace di trattenere energie, attrarre nuove presenze e valorizzare le differenze come risorsa.

In questa prospettiva si inseriscono tutte le attività di formazione e il progetto — in corso di valutazione e finanziamento — dedicato alla rigenerazione socio-economica delle aree marginali della provincia di Cuneo (Alta Langa, Roero interno, valli alpine). L'iniziativa, di respiro triennale, mira a contrastare lo spopolamento e ad attivare un modello di turismo generativo, capace di creare valore per chi vive e lavora nei luoghi. Attraverso l'introduzione della figura del "Creatore di Comunità" a vocazione turistica, il progetto punta a favorire nuove forme di imprenditorialità diffusa e reti di prossimità tra residenti, operatori e amministrazioni.

Quattro linee di intervento per una comunità sostenibile

Il modello di coinvolgimento che l'Ente sta sviluppando si articola su quattro assi strategici:

Residenti – valorizzare il ruolo di chi abita stabilmente i luoghi come custode e narratore del territorio;

Restanze – sostenere chi sceglie di rimanere nei paesi più piccoli, rafforzando servizi, reti sociali e opportunità turistiche;

Ritornanze – accompagnare chi torna a vivere o investire nelle aree interne, favorendo l'incontro tra tradizione e innovazione;

Nuove etnie – promuovere l'inclusione dei nuovi cittadini e il dialogo interculturale come risorsa per il futuro.

Questi temi sono già parte del lavoro quotidiano dell'Ente, grazie a pratiche di progettazione partecipata e a percorsi formativi rivolti a scuole e comunità. Tra le esperienze più significative continuano con successo i progetti "A spasso con Toju e Tabuj" e "Conosci la tua città", pensati per le classi sempre più multietniche e finalizzati a far conoscere ai più giovani il patrimonio culturale locale come luogo di incontro e appartenenza: nuovi cittadini, cittadini del futuro.

Comunità, identità e partecipazione

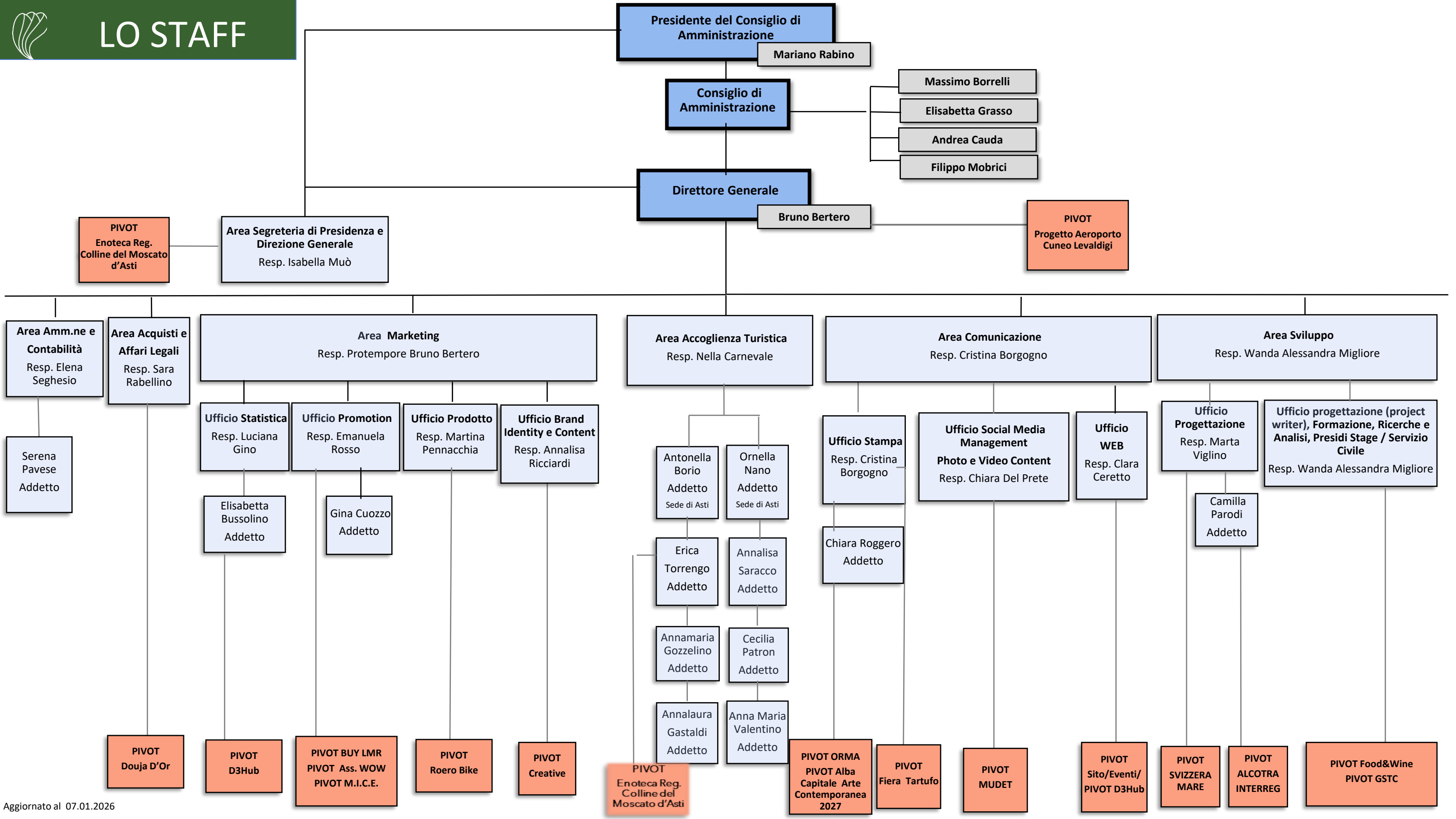
La stessa visione guida anche altri progetti in corso: la **Certificazione GSTC**, che mira a rendere Langhe Monferrato Roero una destinazione turistica pienamente sostenibile sul piano sociale, economico e ambientale; il docufilm dedicato ai 750 anni del Palio di Asti, realizzato con il coinvolgimento diretto dei residenti, come testimonianza di memoria collettiva e partecipazione attiva.

Infine, l'Ente è fortemente impegnato nel valorizzare il lavoro di **Pro Loco, associazioni, Comitati Palio di Asti e Alba** e degli organizzatori delle numerose feste di borgata, oggi veri pilastri del sistema di coesione territoriale: luoghi di aggregazione dove le comunità, sempre più multiculturali, si riconoscono, collaborano e si rinnovano. Promuovere questi eventi significa sostenere il tessuto vitale del territorio, garantendo continuità alle forme di volontariato e animazione locale che rappresentano l'anima della nostra ospitalità.

Verso una destinazione etica

Il futuro del turismo nelle Langhe, nel Monferrato e nel Roero passa dalla capacità di tenere insieme economia, cultura e umanità. Sostenibilità etica significa prendersi cura delle persone oltre che dei luoghi, generando valore condiviso e rendendo ogni viaggio un'esperienza di incontro, rispetto e appartenenza.





ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Svolgimento attività di Segreteria di Presidenza e Direzione Generale	Tutto l'anno	Interfaccio con i Vertici della Società (Presidente, Componenti del CDA, del Collegio Sindacale, Organismo di Vigilanza e Direttore Generale)
	Tutto l'anno	Indizione, organizzazione e gestione delle Assemblee dei Soci (ordinarie e straordinarie).
	Tutto l'anno	Indizione, organizzazione e gestione dei CDA Ente
	Tutto l'anno	Interfaccio con il Settore Indirizzi e Controlli Società partecipate della Regione Piemonte.
	Tutto l'anno	Attività di archiviazione documentale e Protocollazione mediante portale INFINITY di Zucchetti.
	Tutto l'anno	Supporto e collaborazione con l'Area Amministrazione e Contabilità e Acquisti e Affari Legali per l'espletamento di pratiche amministrative e burocratiche di vario genere.
Gestione delle Agende dei Vertici ETLMR	Tutto l'anno	Gestione ed organizzazione delle agende istituzionali del Presidente e del Direttore Generale: pianificazione, schedulazione, organizzazione trasferte, gestione rimborsi.
Gestione della Comunicazione Istituzionale	Tutto l'anno	-Gestione degli account di posta elettronica dedicata di Segreteria e Presidenza. Creazione e trasmissione di inviti istituzionali, convocazioni ufficiali, comunicazioni di vario titolo. Gestione degli inviti ufficiali pervenuti ai Vertici. Creazione e trasmissione di lettere di sostegno, partenariato.
Sicurezza del Lavoro	Tutto l'anno	Gestione delle pratiche inerenti alla Sicurezza del Lavoro, in adempimento alla normativa vigente (con il supporto dei consulenti di riferimento).
Eventi/Azioni promozionali sul territorio LMR	In relazione alla calendarizzazione degli eventi organizzati da ETLMR	Cooperazione con Aree/Uffici per l'organizzazione e la realizzazione di eventi di promozione territoriale: coordinamento aspetti logistici, allestimenti, service audio/video, servizi di interpretariato, adempimenti normativi di sulla sicurezza sul lavoro, adempimenti normativi relativi all'HACCP
Transizione digitale	Tutto l'anno	Rifacimento completo dell'Area Server con aggiornamento impianti, sostituzione delle apparecchiature obsolete e adeguamento alle normative di sicurezza e protezione dati. Avvio della migrazione verso il Cloud per migliorare l'efficienza del lavoro agile. Completamento dell'attivazione e migrazione alla nuova piattaforma di posta certificata. Estensione delle funzionalità del gestionale SEQUAR (CRM) a tutte le aree di ETLMR, in collaborazione con l'Ufficio Web.
Bilancio di Sostenibilità 2024	Da luglio 2024 a giugno 2025	Realizzazione e completamento dei lavori afferenti alla redazione, presentazione e pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità, per l'anno 2024, dell'ETLMR (con il supporto dei consulenti incaricati).
Varie	Tutto l'anno	Gestione del parco macchine aziendale
ENOTECA di Mango	Tutto l'anno	Coordinamento e support organizzativo

ALCUNI DATI IN PILLOLE			
N° CDA ETLMR REALIZZATI	9	N° APP.TI COMPLESSIVI GESTITI	1000
N° ASS. SOCI ETLMR REALIZZATE	3	N° PROTOCOLLI	+638 (al 23/10/25)





AREA	SEGRETERIA DI PRESIDENZA E DIREZIONE GENERALE	
ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Svolgimento attività di Segreteria di Presidenza e Direzione Generale	Tutto l'anno	Interfaccio con i Vertici della Società (Presidente, Componenti del CDA, del Collegio Sindacale, Organismo di Vigilanza e Direttore Generale.
	Tutto l'anno	Indizione, organizzazione e gestione delle Assemblee dei Soci (ordinarie e straordinarie).
	Tutto l'anno	Indizione, organizzazione e gestione dei Consigli di Amministrazione della Società.
	Tutto l'anno	Interfaccio con il Settore Indirizzi e Controlli Società partecipate della Regione Piemonte.
	Tutto l'anno	Attività di archiviazione documentale e Protocollazione mediante portale INFINITY di Zucchetti.
	Tutto l'anno	Supporto e collaborazione con l'Area Amministrazione e Contabilità e Acquisti e Affari Legali per l'espletamento di pratiche amministrative e burocratiche di vario genere.
Gestione delle Agende dei Vertici ETLMR	Tutto l'anno	Gestione ed organizzazione delle agende istituzionali del Presidente e del Direttore Generale: schedule appuntamenti, incontri ed eventi sul territorio di competenza; organizzazione di appuntamenti con i principali stakeholder; pianificazione e organizzazione logistica delle trasferte nazionali ed estere; gestione dei rimborsi spese.
Gestione della Comunicazione Istituzionale	Tutto l'anno	-Gestione degli account di posta elettronica dedicata di Segreteria e Presidenza. -Creazione e trasmissione di inviti istituzionali, convocazioni ufficiali, comunicazioni di vario titolo. -Gestione degli inviti ufficiali pervenuti ai Vertici. -Creazione e trasmissione di lettere di sostegno, partenariato.
Sicurezza del Lavoro	Tutto l'anno	Gestione delle pratiche inerenti alla Sicurezza del Lavoro, in adempimento alla normativa vigente (con il supporto dei consulenti di riferimento).
Eventi/Azioni promozionali sul territorio LMR	In relazione alla calendarizzazione degli eventi organizzati da ETLMR	Cooperazione con Aree/Uffici per l'organizzazione e la realizzazione di eventi di promozione territoriale: -coordinamento aspetti logistici; -allestimenti; -service audio/video; -servizi di interpretariato -adempimenti normativi di sulla sicurezza sul lavoro -adempimenti normativi relativi all'HACCP
Enoteca di Mango	Tutto l'anno	Coordinamento e supporto organizzativo
Transizione digitale	Tutto l'anno	Gestione degli aspetti informatici vari: -completamento dei lavori di migrazione del server sullo spazio Cloud per l'efficientamento del lavoro agile. -utilizzo del nuovo client di posta elettronica certificata.
Varie	Tutto l'anno	Gestione del parco macchine aziendale (auto di Alba, Asti e del Direttore Generale): gestione del libro giornale movimentazione macchina, gestione degli interventi di manutenzione, gestione degli abbonamenti, Telepass, permessi di transito, gestione dei rapporti con il fornitore ARVAL.



Attività	Valore
<u>PAGAMENTI EFFETTUATI</u>	
bonifici	750
f24 ritenute d'acconto	14
f24 iva	12
pagopa	12
MAV	5
Movimentazioni sul gestionale	6.133
<u>REGISTRAZIONI DEI DOCUMENTI FISCALI</u>	
fatture elettroniche	1000
fatture in reverse charge	23
documenti non fiscali	222
fatture estere	84
ricevute soci	159
ricevute imposta di soggiorno	10
fatture emesse attività commerciale	24
fatture emesse P.A.	10
<u>NUMERO DI FORNITORI</u>	237
<u>GESTIONE PERSONALE</u>	26 pax
contratto di lavoro	3
cessazione contratto di lavoro	2
conversione contratto di lavoro	4
variazioni contratti di lavoro	6
proroga rapporto a termine	1
risoluzione del rapporto di lavoro in periodo di prova	1
rimborsi spese a busta paga	40
<u>ORE DESTINATE ALL'ELABORAZIONE CEDOLINI + RIMBORSI SPESE</u>	150 h
h/anno	



AREA	Amministrazione
<u>Una struttura che evolve: dalla gestione alla trasformazione</u>	
Nel 2026 l’Ente prosegue il percorso di evoluzione organizzativa, completando la trasformazione digitale e culturale avviata negli anni precedenti.L’obiettivo è costruire un modello amministrativo e gestionale sempre più integrato, efficiente e sostenibile — capace di supportare le strategie di sviluppo turistico e territoriale con strumenti innovativi, processi semplificati e una governance trasparente.	
Macro attività: Contabilità	
Tutto l’anno	Consolidamento delle procedure digitali per l’archiviazione e la protocollazione documentale.
Tutto l’anno	Monitoraggio e rendicontazione dei progetti finanziati, in linea con i principi di trasparenza e sostenibilità.
Tutto l’anno	Gestione contabile completa attraverso l’utilizzo del gestionale Infinity, a supporto dei flussi amministrativi e del controllo di gestione.
Tutto l’anno	Supporto continuo all’Area Amministrazione e alla Direzione per le attività di pianificazione economico-finanziaria.
Tutto l’anno	Gestione operativa e amministrativa delle risorse umane con approccio digitale e flessibile.
Tutto l’anno	Gestione dei rimborsi spese e pagamento dei rimborsi con procedure automatizzate.
Tutto l’anno	Gestione timbrature e rilevazione presenze tramite sistemi integrati con il gestionale.
Macro attività: Personale	
Tutto l’anno	Autorizzazione e monitoraggio delle trasferte del personale.
Tutto l’anno	Amministrazione delle ferie, permessi e banca ore, in ottica di benessere organizzativo e equilibrio vita-lavoro.
Tutto l’anno	Sviluppo di un ambiente di lavoro orientato alla collaborazione e alla crescita continua delle competenze.



AREA		Affari legali
	Macro Attività	Descrizione
Tutto l'anno	Certificazione Parità Di Genere	Ripresa delle attività per tentare un nuovo percorso per la certificazione. Incontri con I Consulenti e raccolta dati. Valutazione possibili contribute.
Agosto Settembre 2025	Douja d'Or	Collaborazione alla realizzazione del Progetto con partecipazione agli incontri istituzionali. Coordinamento soggetti coinvolti in collaborazione con Wanda Migliore. Coordinamento amministrativo/incarichi. Budget. Gestione evento: personale, casse, accoglienza e accompagnamento.
Tutto l'anno	Acquisti e vendite	Digitalizzazione delle procedure di acquisto tramite piattaforma “Traspare”, in conformità ANAC. Circa 250 procedure evase. Pubblicazione manifestazioni d’interesse per procedure di gara. Stesura accordi di collaborazione e commerciali. Potenziamento delle attività dell’Ente in qualità di fornitore di servizi: registrazione alle piattaforme di e-procurement, redazione preventivi e gestione affidamenti. Rapporti con le aree interne ed i fornitori.
Tutto l'anno	Bandi Di Concorso	Gestione delle procedure di selezione del personale e dei collaboratori. Stesura e pubblicazione bandi per selezione responsabile area comunicazione e personale ufficio IAT. Monitoraggio procedure e verbalizzazione.
Tutto l'anno	Regolamenti e atti generali	Monitoraggio e stesura atti interni in coerenza con la normativa e per migliorare l’efficienza organizzativa.
Tutto l'anno	Controllo Di Gestione E Contabilità	Implementazione del nuovo gestionale in cloud: protocollo e archiviazione documentale, fatturazione elettronica, monitoraggio budget e supporto pianificazione economica.
Tutto l'anno	Affari Generali E Legali	Monitoraggio e gestione dell’attività amministrativa. Collaborazione nella gestione sicurezza sul lavoro, rapporti con i soci e rapporti istituzionali. Monitoraggio obiettivi. Analisi questioni legali e di diritto pubblico. Supporto area contabilità e segreteria.
Tutto l'anno	Trasparenza E Privacy	Nomina a RPCT. Gestione adempimenti ex D.Lgs 33/2013 e GDPR. Adeguamento Società Trasparente. Rapporti con Settore Partecipate.
Tutto l'anno	Progettazione	Supporto all’area progettazione: supporto stesura e rendicontazione progetti, coordinamento attività con aree amministrativa e contabile, comunicazione con partner e finanziatori.



AREA		Affari legali
	Macro Attività	Descrizione
Tutto l'anno	Certificazione Parità Di Genere	Nel 2026 l'Ente consolida il percorso verso la certificazione per la parità di genere, integrando equità, inclusione e trasparenza nei processi organizzativi. Macro attività: incontro con consulenti per raccolta e validazione dati, aggiornamento procedure interne e KPI, implementazione azioni correttive e sensibilizzazione del personale.
Tutto l'anno	Acquisti e vendite	Completamento della digitalizzazione delle procedure di acquisto tramite piattaforma "Traspare", in conformità ANAC, per una gestione più snella, tracciabile e orientata alla rotazione dei fornitori. Macro attività: gestione gare e affidamenti su Traspare, rinnovo accordi quadro, analisi casi studio per semplificazione procedure, rafforzamento comunicazione con fornitori. Potenziamento delle attività dell'Ente in qualità di fornitore di servizi.
Tutto l'anno	Bandi Di Concorso	Favorire processi di selezione trasparenti e orientati al merito per il rinnovo o sostituzione di risorse umane. Macro attività: stesura e pubblicazione bandi, coordinamento tra Amministrazione, personale, Comunicazione e Marketing per promozione bandi. Monitoraggio procedure e verbalizzazione.
Tutto l'anno	Regolamenti e atti generali	Aggiornamento dei regolamenti, atti interni e accordi esterni in coerenza normativa e per migliorare l'efficienza organizzativa.
Tutto l'anno	Controllo Di Gestione E Contabilità	Implementazione del nuovo gestionale in cloud per migliorare coordinamento tra contabilità, budget, acquisti e pagamenti. Macro attività: consolidamento sistema gestionale, monitoraggio continuo budget e supporto pianificazione economica.
Tutto l'anno	Affari Generali E Legali	Garantire funzionamento amministrativo, conformità normativa e gestione responsabile dei rapporti interni ed esterni. Macro attività: collaborazione nella gestione sicurezza sul lavoro, rapporti con i soci e rapporti istituzionali. Monitoraggio obiettivi. Analisi questioni legali e di diritto pubblico. Supporto area contabilità e segreteria.
Tutto l'anno	Trasparenza E Privacy	Adeguamento alle normative su trasparenza amministrativa e protezione dati personali (D.Lgs. 33/2013, GDPR). Macro attività: aggiornamento PTPCT, nomina a RPCT, formazione e controllo applicazione privacy.
Tutto l'anno	Progettazione	Consolidamento capacità progettuale a livello regionale, nazionale ed europeo, migliorando sinergia con partner e qualità rendicontazione. Macro attività: supporto stesura e rendicontazione progetti, coordinamento attività con aree amministrativa e contabile, comunicazione con partner e finanziatori.





ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Club di Prodotto Bike	Tutto l'anno	Implementazione delle strutture ricettive su Langhe Monferrato Roero	65 strutture ricettive e 1959 posti letto
Club di Prodotto Bike	Ago.- Sett.	Rifacimento Brochure club di prodotto bike in versione digitale	
Club di Prodotto Wedding	Tutto l'anno	Implementazione delle venues su Langhe Monferrato Roero	5 nuove location
Promocommercializzazione esperienze	Tutto l'anno	creazione di esperienze sul sito web www.visitlmr.it	28 esperienze
Promocommercializzazione esperienze	Tutto l'anno	n. servizi	515
Promocommercializzazione esperienze	Tutto l'anno	n. prenotati	2398
Promocommercializzazione Eventi enoturistici	Sett.-Nov.	Douja d'or e Rosso Barbera biglietti venduti	670
Soprallughi effettuati	Tutto l'anno	sopralluoghi sul territorio di langhe monferrato roero	60 giornate
Partecipazione a fiere	Tutto l'anno		8
Formazioni svolte	Tutto l'anno	Bike, Family, Wedding, Lusso	16 giornate
Digitalizzazione Account Regiondo	Tutto l'anno	stakeholders del territorio, inserimento di esperienze su visitlmr.it e piemonteonwine.it	70 account
Formazione Regiondo	Tutto l'anno	ore di formazione per l'utilizzo dell'account di Regiondo a stakeholders del territorio	10 ore
Sviluppo Ciclovía Svizzera Mare	Tutto l'anno	incontri svolti sul territorio per posizionamento prodotto outdoor	7
Sviluppo Ciclovía Svizzera Mare	Tutto l'anno	creazione database con strutture ricettive bike friendly e servizi	
Sviluppo Ciclovía Svizzera Mare	Tutto l'anno	promozione online tramite canali social (Linkedin, Instagram e Facebook), promozione offline con Fam Trip, Borsa del Turismo e Post Tour	
Ciclovía Svizzera Mare	Magg. – Lug.	Creazione Video promozionale per	
Noleggio E-bike	Lug. -dic.	6 e-bike presso l'info point di Alba	80 noleggi svolti
Smart Ticket	Giu. – Dic.	Vendita degli smart ticket presso l'info point di Asti	605 biglietti venduti
Piemonte on Wine	Tutto l'anno	verticalizzazione del sito piemonteonwine sotto il sito di destinazione visitlmr e inserimento del widget di regiondo	n. 300 prenotazioni e 807 persone prenotate





ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Nel corso del 2026 si prevede di attuare una serie di azioni volte a rafforzare e ampliare le reti dei Club di Prodotto, favorendo una maggiore integrazione tra operatori e una presenza più capillare sul territorio. Saranno inoltre essere organizzati momenti formativi comuni, rivolti agli aderenti e ai potenziali nuovi membri, con l'obiettivo di approfondire temi legati alla qualità dell'accoglienza, alla comunicazione condivisa e allo sviluppo di sinergie tra i diversi comparti.		
Club di Prodotto Bike	annuale	Si prevede di effettuare sopralluoghi e incontri territoriali per individuare nuovi potenziali aderenti, in particolare tra ristoranti e servizi di noleggio biciclette, al fine di ampliare la filiera bike friendly. Potranno essere realizzate attività di verifica preliminare dei requisiti di adesione, oltre a momenti di condivisione e confronto tra gli operatori già membri, per favorire la costruzione di reti locali e iniziative promozionali congiunte.
Club di Prodotto Family	annuale	Per il Club Family si prevede di avviare sopralluoghi e contatti diretti con strutture e ristoranti orientati all'accoglienza delle famiglie, valutando nuovi ingressi in base alla qualità dei servizi offerti. Potranno essere promossi incontri di scambio e confronto tra gli operatori aderenti, con l'obiettivo di rafforzare la rete e stimolare collaborazioni tra soggetti con esperienze e target affini.
Club di Prodotto Wedding	annuale	Nel 2026 si prevede di avviare una campagna di contatti e sopralluoghi mirati presso nuove venues e fornitori di servizi specializzati (wedding planner, catering, fotografi, fioristi, ecc.) per valutare possibili adesioni al club. Potranno inoltre essere promosse attività di networking e incontri di coordinamento tra gli operatori del comparto, per incentivare la collaborazione e lo sviluppo di proposte integrate da valorizzare in chiave promozionale.
Esperienze		
Walking Tour	annuale	prosecuzione delle visite guidate cittadine alla scoperta del patrimonio artistico, architettonico ed enogastronomico di Alba, Asti e Bra.
Royal Community Tour – Bra, Govone e Pollenzo	primo semestre dell'anno	esperienza dedicata alla rete delle residenze sabaude e al racconto del legame tra cultura, storia e gastronomia.
Family Experiences - Le colline di Giuca	annuale	esperienze didattiche dedicate alle famiglie (in collaborazione con Associazione Paesaggi Vitivinicoli UNESCO)
Family Experiences - Esperienza di Mungitura	annuale	attività didattica nel Roero
Apertivo Artistico	annuale	esperienza che unisce arte e degustazione in spazi culturali del territorio.





AREA:	Ufficio Prodotto	
ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Noleggio e-bike	annuale	in collaborazione con partner del territorio presso il punto info di Alba
Piemonte on wine	annuale	aggiornamento e gestione del catalogo di cantine aderenti al circuito Piemonte On Wine sul sito visitlmr.it
Smart Ticket	annuale	mantenimento del servizio di vendita Smart Ticket presso gli uffici turistici, con implementazioni collegate ai progetti in sviluppo.
Attività benessere	annuale	Sviluppo di un'offerta turistico-ricreativa che unisce le pratiche olistiche alla bellezza del paesaggio del Monferrato astigiano. Le attività chiave includono Yoga, Bagno di Natura e trattamenti benessere
Progetti in via di sviluppo		
Ciclovia Svizzera Mare	annuale	Completamento e lancio della piattaforma digitale dedicata con: • definizione dei tracciati GPX e del materiale cartografico; • attività di comunicazione tramite giornalisti e media di settore; • focus promotion con incontri B2B/ organizzando borse del turismo
Roero come Bike Destination	annuale	Prosecuzione delle attività di valorizzazione del Roero come area bike-friendly attraverso: • aggiornamento e digitalizzazione della rete sentieristica; • revisione e stampa delle mappe cartacee; • sviluppo di esperienze coordinate con operatori locali.
Bikeland	annuale	• formazione stakeholder del territorio • promozione nuovi itinerari • creazione materiale promozionale cartaceo/digitale
Progetto Ambassador	annuale	Prosecuzione strategica del Progetto Ambassador avviata con successo nel 2025 per costruire una comunità di narratori locali che diano voce al territorio. Per il 2026, l'attività cardine consiste nella creazione continuativa di contenuti social attraverso Facebook, Instagram e LinkedIn. Nello specifico, i contenuti si concentreranno sulla promozione dell'Outdoor (cicloturismo e trekking sui sentieri UNESCO), sull'eccellenza Enogastronomica (tradizioni culinarie) e sul tema Family, offrendo spunti per viaggi e attività su misura in linea con i cluster di prodotto sviluppati.





ATTIVITA'	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
BORSE DEL TURISMO			
BUY WEBE - When Experiences Become Emotions	22-25 maggio	La prima edizione della borsa internazionale del turismo dedicata ai Paesaggi Vitivinicoli di Langhe-Roero e Monferrato con 20 tour operator internazionali e 30 operatori locali. WeBe, parte del progetto Un Patrimonio da Raccontare e finanziato dal Ministero del Turismo, è coordinato dal Comune di Canelli e dagli enti turistici locali.	20 buyer internazionali; 12 mercati: Us, Ca, Gb, Ch, Se, Es, No, De, Fr, Dk, Be, At; 30 seller locali; 300 appuntamenti B2B; 2 fam trip con visite, site inspection, esperienze e networking; 2 territori: Langhe Monferrato Roero, Alexala.
BUY OUTDOOR	15-18 settembre	La quinta edizione della Borsa Internazionale del Turismo Outdoor, promossa dall'Associazione WOW, ha valorizzato il turismo attivo e sostenibile della provincia di Cuneo. Coordinata dagli enti turistici locali e con il supporto di Fondazione CRC e Camera di Commercio di Cuneo, ha coinvolto operatori internazionali e locali in workshop B2B, itinerari tematici e networking.	28 buyer internazionali; 13 mercati: Be, Ca, Cz ,Dk, Ee, Fr, It, Lt, No, Pl, Es, Se, Nl; 45 seller locali; 650 appuntamenti B2B; 1 cena di gala con buyer, seller e istituzioni; 4 fam trip con esperienze outdoor, visite e site inspection; 2 territori: Langhe Monferrato Roero, Cuneese.
POST TOUR GRAVEL - BUY OUTDOOR	18-20 settembre	Il post tour del Buy Outdoor: 5 buyer internazionali specializzati in viaggi gravel, esplorando LMR e Alta Val Tanaro. Parte del progetto BikeLand, promosso da quattro Unioni di Comuni e sostenuto da Fondazione CRC.	5 buyer specializzati in viaggi gravel; 380 km di percorso gravel; 2 territori: Langhe Monferrato Roero, Cuneese.
PROMOZIONE INTERNAZIONALE			
FIERE E WORKSHOP B2B	tutto l'anno	Partecipazione a fiere e workshop B2B per promuovere LMR e consolidare la rete di contatti trade su mercati target ed emergenti. Gestione strategica della partecipazione, organizzazione delle trasferte, gestione stand (se autonomi) e materiali, gestione agenda B2B, presentazioni di territorio, gestione relazioni e follow-up.	16 fiere/workshop B2B; 716 contatti trade Mercati: It, De, Fr, Be, Scan, Gb, Na, America Latina Prodotti focus: wedding, MICE, lusso, outdoor, mantenendo la valorizzazione trasversale dei segmenti food&wine, family e culturale.
FIERE B2C	tutto l'anno	Partecipazione a fiere e manifestazioni B2C per promuovere LMR come destinazione attiva e sostenibile, con focus su outdoor e bike. Gestione strategica della partecipazione, gestione organizzativa e logistica, coordinamento stand (nelle fiere realizzate con WOW), attività di front desk, raccolta e gestione contatti.	10 fiere B2C; mercati: Nl, De, Fr, It, At Prodotti focus: outdoor e bike, mantenendo la valorizzazione trasversale dei segmenti food&wine, family e culturale.
OSPITALITÀ' TRADE	tutto l'anno	Organizzazione e ospitalità di fam trip per tour operator internazionali e wedding planner. Pianificazione e logistica, coordinamento partner locali, accompagnamento on site, follow-up e CRM.	53 buyer ospitati in LMR (tour operator e wedding planner) Prodotti: wedding, outdoor/gravel, enogastronomia
WOW - Associazione per il Turismo Outdoor	tutto l'anno	Coordinamento tra Ente Turismo LMR e ATL del Cuneese per promuovere l'offerta outdoor piemontese nell'ambito del progetto WOW.	1 Borsa del Turismo OUTDOOR (evento biennale); 28 buyer ospitati in fam trip; 5 fiere B2C; 25 giornate di trasferta





ATTIVITA'	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
CONTATTI / REGISTRO INCOMING			
CONTATTI E RELAZIONI B2B	tutto l'anno	Gestione e sviluppo delle relazioni con tour operator e agenzie di viaggio internazionali tramite follow-up, assistenza diretta e uso strutturato del CRM.	825 contatti trade acquisiti nel 2025 3.754 contatti trade in CRM
REGISTRO INCOMING	tutto l'anno	Gestione e ampliamento del Registro Incoming per coordinare DMC e consorzi turistici di Langhe Monferrato Roero, mantenendo contatti costanti con gli operatori.	18 operatori aderenti fra DMC e Consorzi 24 pacchetti visibili online su visitlrmr
AREE TRADE E PACCHETTI ONLINE	tutto l'anno	Aggiornamento continuo delle sezioni B2B del sito istituzionale e dell'area Pacchetti del sito di destinazione per garantire contenuti sempre attuali e funzionali. Include gestione e caricamento di testi e materiali e la verifica periodica di coerenza e aggiornamento dei contenuti.	

ALCUNI DATI IN PILLOLE	
26 eventi promozionali B2B e B2C	825 contatti trade acquisiti nel 2025
110 giornate di trasferta	3.754 contatti trade gestiti in CRM
2 Borse del Turismo	18 mercati internazionali raggiunti
6 fam trip	6 partnership strategiche
101 buyer ospitati in LMR	



CALENDARIO PROMOTION 2025		
EVENTO	LUOGO	DATE
B2B		
ITALIAN TRAVEL WORKSHOP	Palermo	28 gennaio
BIT	Milano	9-11 febbraio
WORKSHOP VISIT PIEMONTE in occasione di Barolo & Friends Event	Stoccolma	17 febbraio
ITB	Berlino	4-6 marzo
WORKSHOP VISIT PIEMONTE MERCATI FRANCOFONI	Bruxelles + Parigi	25-26 marzo
WSAT - World Summit on Accessible Tourism	Torino	6 ottobre
TTG	Rimini	8-10 ottobre
WTM	Londra	4-6 novembre
B2B MICE & WEDDING		
MEET THE BEST	Istanbul	29 gennaio - 1 febbraio
THE EVENT	Palermo	18-21 febbraio
ITALY FOR WEDDINGS Workshop Esperienziale	Torino	18 - 19 marzo
IMEX	Francoforte	20-22 maggio
ITHIC	Roma	25-26 settembre
B2B LUSO		
DUCO	Milano	24-28 marzo
ILTM Latin America	San Paolo	5-8 maggio
Piacere cocktail soirée - evento NEBE	Londra	3 novembre

CALENDARIO PROMOTION 2025		
EVENTO	LUOGO	DATE
B2C		
VAKANTIEBEURS	Utrecht	8-12 gennaio
F.RE.E	Monaco di Baviera	19-23 febbraio
SALON DU RANDONNEUR	Lione	21-23 marzo
FIERA DEL CICLOTURISMO	Bologna	4-6 aprile
VINITALY	Verona	6-9 aprile
B2C WOW Associazione per il Turismo Outdoor		
FERIEN-MESSE	Vienna	16-19 gennaio
BIKE UP	Bergamo	11-13 aprile
FREIZEIT	Bolzano	24-27 aprile
ROC D'AZUR	Fréjus	8-12 ottobre
ALPIN MESSE	Innsbruck	22-23 novembre
FAM TRIP / OSPITALITÀ		
ITAKA Polonia	LMR, Cuneese	17 gennaio
ELLE SPOSE	LMR, Cuneese	1-2 aprile
ITALY FOR WEDDINGS Workshop Esperienziale	LMR	5-6 maggio
KUONI	LMR, Torino	21 maggio
AB. COACH ÉLITE - Fam trip gravel	Alexala, LMR, Cuneese	23-29 giugno
FAMTRIP GIAPPONE TURKISH AIRLINES	Torino + LMR	23 ottobre
BUY - BORSA DEL TURISMO		
BUY WEBE	Territorio UNESCO	22-25 maggio
BUY OUTDOOR	LMR + Cuneese	15-18 settembre
POST TOUR GRAVEL	LMR + Cuneese	18-20 settembre





AREA MARKETING	Marketing – Promotion 2026			
Evento	Tipologia	Luogo	Mercato	Date
B2B				
BIT	B2B/B2C	Milano	Internazionale	10-12 febbraio
ITB	B2B	Berlino	Internazionale	3-5 marzo
BMT	B2B	Napoli	Italia	13-14 marzo
BAROLO & FRIENDS EVENT	B2B	Copenaghen	Scandinavia	22-23 aprile
TEJ - TOURISM EXPO JAPAN	B2B/B2C	Tokyo	Giappone	24-27 settembre
TTG	B2B	Rimini	Internazionale	14-16 ottobre
WTM	B2B	Londra	UK - Internazionale	novembre
B2B LUSO				
DUO	B2B	Milano	Prevalentemente USA	23-27 marzo
L.E/Miami	B2B	Miami	Nord America	1-4 giugno
T FEST	B2B	Messico	America Latina	25-28 ottobre
ILTM Cannes	B2B	Cannes	Prevalentemente USA	30 novembre - 3 dicembre
B2B MICE & WEDDING				
BTM	B2B	Bari	Internazionale	25 febbraio
M&I Expo	B2B	Abu Dhabi	America, Medio Oriente, Europa	14-16 aprile
ITHIC	B2B	Roma	Internazionale	30 settembre - 1 ottobre
IBTM	B2B	Barcellona	Internazionale	17-19 novembre
ITALY AT HAND	B2B	TBC	Internazionale	novembre
BUY LMR NEXT	B2B	LMR	Internazionale	novembre

B2C OUTDOOR				
VAKANTIEBEURS	B2C	Utrecht	Paesi Bassi	8-11 gennaio
F.RE.E	B2C	Monaco di Baviera	Germania	18-22 febbraio
SALON DU RANDONNEUR	B2C - Trekking	Lione	Francia	20-22 marzo
FIERA DEL CICLOTURISMO	B2C - Bike	Padova	Italia	27-29 marzo
B2B OUTDOOR in collaborazione con WOW				
Roadshow WOW B2B	B2B	TBD	TBD	TBD
B2C OUTDOOR in collaborazione con WOW				
FERIEN-MESSE	B2C	Vienna	Austria	15 - 18 gennaio
CMT	B2C	Stoccarda	Germania	17-25 gennaio
BIKE EXPO FERRARA	B2C - Bike	Ferrara	Italia	28 febbraio - 1 marzo
BIKE UP	B2C - Bike	Parma	Italia	29-31 maggio
ROC D'AZUR	B2C - Bike	Fréjus	Francia - Costa Azzurra	7-11 ottobre
EVENTI				
VINITALY	B2B/B2C	Verona	Italia	12-15 aprile
FAM TRIP / OSPITALITÀ				



ATTIVITÀ'	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ'	NUMERO / DATO
MACRO ATTIVITA' - MATERIALE PROMOZIONALE			
Matrice Flyer Comuni LMR	primo semestre	realizzazione matrice flyer pieghevole con 3 livelli di personalizzazione (solo testo, cartografia, stilizzazione monumenti più rilevanti). Area test con Comune di Castagnito, a seguire realizzazione con Comune di Guarene.	2 prodotti editoriali
Power point personalizzati	primo semestre	creazione matrice per ppt come strumento di comunicazione B2B: verticalizzazione su wedding, istituzionale e lusso	3 personalizzazioni, 2 lingue
Mappa LMR in Movimento	secondo semestre	aggiornamento formato mappa esistente per maggiore agibilità di utilizzo, affinamento informazioni cartografica. Solo grafica	1 revisione
Schede Punti IAT	secondo semestre	progetto rete IAT, realizzazione schede singoli uffici turistici, impaginazione grafica e stampa	22 schede singole , 22 folder
Brochure CDP Prodotto	secondo semestre	aggiornamento brochure tematica in lingua inglese. Scaricabile dal sito web, numero pagine raddoppiato con relativi aderenti rispetto al 2024	1 brochure, 44 pagine, 1 lingua
Cartine Città	tutto l'anno	mappa di Bra con grafica regionale e LMR, personalizzazione e aggiornamento. A scavalco sul 2026 quella su Alba, in lavorazione	2 città, 2 matrici, circa 40 monumenti stilizzati
Comunicazione esperienze	tutto l'anno	creazione supporti da matrice grafica per veicolare informazioni sulle esperienze di volta in volta proposte. Grafica LMR, icona prodotti, doppia lingua.	cartoline con rimando QRCODE, grafiche A4 per front office
MACRO ATTIVITA' - PROGETTI MARKETING TERRITORIALE			
Tutte le Stagioni del Tartufo	primo semestre	pubblicazione tematica italiano/inglese in collaborazione con il Centro Nazionale Studi Tartufo	1 brochure, 2 lingue
Co-marketing FALSTAFF	tutto l'anno	prosecuzione attività 2024, supporto e coordinamento, creazione grafica e contenuti per ADV e redazionali, materiale allestimento e di comunicazione B2C.	3 ADV, 3 Newsletter, 2 week end, 7 masterclass
Co-marketing SALUTI DA QUI	tutto l'anno	studio e progettazione linea di gadget personalizzata sulle 3 città di Alba, Asti e Bra. Analisi audience, elaborazione risultati, creazione gadget	3 città, circa 30 gadget tematici
Un Patrimonio da Raccontare - UNESCO	tutto l'anno	supporto attività su campagna mktg e azioni di comunicazione sui mercati del Nord Europa, workshop B2B We.Be	1 B2B, 1 campagna ADV



ATTIVITA'	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
MACRO ATTIVITA' - PROGETTI MARKETING TERRITORIALE			
Residenze Reali Sabaude	tutto l'anno	supporto attività di comunicazione, comunicazione Royal Community Tour	2 Residenze, 10 Tour tematici per Residenza
Alba Città Creativa UNESCO per la Gastronomia	tutto l'anno	supporto e coordinamento attività, progetti cittadini di sviluppo turistico, partecipazione eventi internazionali, monitoraggio e aggiornamento visitalba.eu	
Supporto stakeholder territoriali su prodotti specifici	tutto l'anno	materiali di comunicazione nuove esperienze, comunicazione su progetti specifici, ecc	
MARCO ATTIVITA' - COMUNICAZIONE B2C			
Newsletter consumer - versione italiano	tutto l'anno	creazione contenuti per NL tematica mercato Italia	12 NL
Newsletter consumer - versione inglese	tutto l'anno	creazione contenuti per versione NL estera stagionale	3 NL
Supporto Grandi eventi di territorio	tutto l'anno	azioni di comunicazione mirata su eventi specifici, ADV tematiche, supporti di comunicazione B2C	40 ADV
MARCO ATTIVITA' - ALLESTIMENTI			
Buy We.Be. - Un patrimonio da raccontare	primo semestre	realizzazione Brand Identity evento e declinazione allestimenti	1 workshop, 2 venue
Buy Outdoor WOW	secondo semestre	declinazione allestimenti e materiali di comunicazione	1 workshop, 2 venue
Food & Wine Tourism Forum - Next@Hub	primo semestre	declinazione allestimenti e materiali di comunicazione	1 evento, 4 sale

ALCUNI DATI IN PILLOLE	
materiale promozionale	3 cartine, 4 brochure, 22 folder, 3 ppt
co - marketing	2 azioni
gadget	3 linee, 30 prodotti
ADV - materiale di comunicazione	circa 50 declinazioni
Newsletter	15 invii
progetti marketing territoriale	3 supporti personalizzati
allestimenti	3 eventi

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
MARCO ATTIVITA' - MATERIALE PROMOZIONALE		
Matrice Flyer Comuni LMR	tutto l'anno	2/3 matrici per comuni interessati. Stessa impostazione grafica e livelli di personalizzazione 2025
Mappa LMR in Movimento	primo semestre	stampa ultima versione chiusa nel 2025
Cartine Città	primo semestre	città di Asti, Alba a scavalco 2025 - 2026
Brochure CDP Bike	primo semestre	aggiornamento e stampa - versione italiano e inglese
Brochure CDP Wedding	tutto l'anno	aggiornamento e stampa - versione italiano e inglese
Brochure MICE	tutto l'anno	creazione prodotto verticale, grafica e stampa
Materiale Gravel	tutto l'anno	con budget WOW
Ristampa materiale B2C	tutto l'anno	valutare quantità, valutare lingua francese
Comunicazione esperienze	tutto l'anno	personalizzazioni grafiche esperienze
MARCO ATTIVITA' - PROGETTI MARKETING TERRITORIALE		
Co-marketing SALUTI DA QUI	tutto l'anno	valutazione nuovi gadget, linea colori
Residenze Reali Sabaude	tutto l'anno	supporto attività di comunicazione, supporto realizzazione cartellonistica, comunicazione Royal Community Tour, tour tematici
Alba Città Creativa UNESCO per la Gastronomia	tutto l'anno	supporto e coordinamento attività, progetti cittadini di sviluppo turistico, partecipazione eventi internazionali, monitoraggio e aggiornamento visitalba.eu
Supporto stakeholder territoriali su prodotti specifici	tutto l'anno	materiali di comunicazione nuove esperienze, comunicazione su progetti specifici, ecc
MARCO ATTIVITA' - COMUNICAZIONE B2C		
Newsletter consumer - IT	tutto l'anno	creazione contenuti per NL tematica mercato Italia
Newsletter consumer - EN	tutto l'anno	creazione contenuti per versione NL estera stagionale
Supporto Grandi eventi di territorio	tutto l'anno	azioni di comunicazione mirata su eventi specifici, ADV tematiche, supporti di comunicazione B2C
MARCO ATTIVITA' - ALLESTIMENTI		
Allestimenti eventi LMR	tutto l'anno	visual idenity eventi B2B in collaborazione a supporto di area promotion. Declinazione e realizzazione allestimenti
Personalizzazione angolo Ente Turismo	tutto l'anno	personalizzazione vetrine OS con esperienze o eventi specifici di territorio



PERIODO/MESE	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE	ALTRO SETTORE COINVOLTO
Tutto l'anno	Formazione one to one per operatori che si accingono ad avviare attività ricettive o non utilizzano la registrazione dell'ospite (modalità check in - check out) direttamente sulla piattaforma Piemonte Dati Turismo - Ross1000.	160 appuntamenti per 4.800 ore	
Tutto l'anno	Interfaccia tra il CRM Sequar e il CMS Pimcore per importazione e aggiornamenti dei contatti delle strutture ricettive, locazioni turistiche e ristoranti.	1.611 strutture ricettive 2.660 locazioni	Area web
Tutto l'anno	Invio, su richiesta attraverso apposita liberatoria, di dati e grafici da parte di terzi, in formato excel e pdf.	Disponibile inviando una mail a strutture@	
Tutto l'anno	Informazioni agli operatori riguardanti adempimenti per le consegne obbligatorie nei confronti di Questura, Provincia ed Ente Turismo LMR. Informazioni a operatori riguardanti aggiornamenti normativi.		
Tutto l'anno	Informazioni all'utenza che comunica tramite il canale WhatsApp del sito web.		Front office
Tutto l'anno	Coordinamento con Comuni, Uffici S.U.A.P. e Associazioni di categoria per monitoraggi di aperture, chiusure e variazioni di strutture ricettive.	4.271 (strutture ricettive e locazioni al 13/01/2026)	
Tutto l'anno	Analisi online per l'individuazione di strutture non registrate su Ross1000 o di cui non si è ricevuta comunicazione dell'inizio attività.		Varie aree
Tutto l'anno	Solleciti alle strutture ricettive inadempienti alla comunicazione dei flussi turistici ed inserimento dati su Ross1000.	a ottobre media del 91,20% di rispondenza, 93,45% di copertura	Uffici Turismo della Prov. di Asti e Prov. di Cuneo
Tutto l'anno	Richiesta a tutti i Comuni del territorio LMR dell'elenco aggiornato dei locali di ristorazione da pubblicare nella pagina "Dove mangiare" del sito web.	1.135 ristoranti	Comuni del territorio LMR
Aprile	Implementazione sul sito istituzionale dell'Ente della pagina dedicata all'area statistica dell'infografica 2024 prodotta internamente con i dati ottenuti dall'Osservatorio Turistico della Regione e focus con analisi storica.		Area Web
Aprile/Ottobre	Sopralluoghi a strutture ricettive con annessi ristoranti e/o aziende vitivinicole di diversa tipologia, differente offerta e classificazione (da strutture ricettive innovative a luxury, da nuove aperture a quelle più consolidate nel tempo).	30 strutture ricettive visitate, circa n. 3 giornate al mese	Varie Aree
Ottobre/Dicembre	Controllo e validazione della "Comunicazione delle caratteristiche e dei prezzi" per l'anno 2026 presentata dalle strutture ricettive ed agriturismo con solo ristorazione.	Più di 1.230 validazioni	



AREA/UFFICIO	Ufficio Statistica - Marketing	
Interfaccia tra il CRM Sequar e il CMS Pimcore per aggiornamento dei contatti delle strutture ricettive, locazioni turistiche e ristoranti.		
Inserimento nella pagina dedicata all’area statistica del sito istituzionale dell’Ente Turismo LMR dell’infografica 2025 prodotta internamente con i dati a consuntivo provenienti dall’Osservatorio Turistico della Regione Piemonte.	Verso inizio marzo 2026	Area web
Sopralluoghi a strutture ricettive con annessi ristoranti e/o aziende vitivinicole di diversa tipologia, differente offerta e classificazione (da strutture ricettive innovative a luxury, da nuove aperture a quelle più consolidate nel tempo).	Cadenza di circa n. 3 giornate al mese	Varie aree
Formazione one to one per operatori che si accingono ad avviare attività ricettive o non utilizzano la registrazione dell’ospite (modalità check in - check out) direttamente sulla piattaforma Ross1000.	Con frequenza costante	
Informazioni agli operatori riguardanti adempimenti per le consegne obbligatorie nei confronti di Questura, Provincia ed Ente Turismo LMR. Informazioni agli operatori riguardanti aggiornamenti normativi.	Con frequenza costante	
Coordinamento con Comuni, Uffici S.U.A.P. e Associazioni di categoria per monitoraggi di aperture, chiusure e variazioni di strutture ricettive.	Con frequenza costante	
Individuazione di strutture non registrate su Ross1000 o di cui non si è ricevuta comunicazione dell’inizio attività.	Con frequenza costante	Varie Aree
Solleciti alle strutture ricettive inadempienti alla comunicazione dei flussi turistici ed inserimento dati su Ross1000.	Con frequenza costante	Uffici del Turismo della Provincia di Asti e Provincia di Cuneo
Controllo e validazione della “Comunicazione delle caratteristiche e dei prezzi” per l’anno 2027 presentata dalle strutture ricettive ed agriturismo con solo ristorazione.	Da ottobre a dicembre	
Aggiornamenti e modifiche dei locali di ristorazione nella pagina “Dove mangiare” del sito web.	Con frequenza costante	





ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE
Film "Il mestiere di vivere"	gennaio	Supporto proiezione anteprima /comunicazione	
Paesaggi vitivinicoli UNESCO	gennaio novembre	Supporto ufficio stampa e comunicazione	Coord. con Associazione
BIT	febbraio	Organizzazione di due conferenze stampa: "Un patrimonio da raccontare" e Magia	Area Promozione- Collab. con Visit Cuneese e Turismo Torino
WOW	febbraio ottobre	Comunicazione e ufficio stampa / pianificazione / organizzazione conferenze stampa / organizzazione e gestione press tour	Coord. con Atl del Cuneese / Area Promozione e Marketing
Formazione Bike con Giancarlo Fisichella	marzo	Comunicazione / punto stampa giornalisti	Area Prodotto
Evento Buone pratiche per il territorio - Borghi più belli e Bandiere arancioni	marzo	Organizzazione evento / comunicazione	Area Web, Area Statistiche
Progetto Ambassador	aprile dicembre	Supporto e coordinamento con Area Social per copertura eventi con gli Ambassador LMR	Area Social
VINITALY	aprile	Organizzazione di due conferenze stampa / supporto comunicazione Vinum	Collab. con Ass. Paesaggi Vitinicoli di LMR e Ente Fiera
Rai - Linea Verde	aprile	Supporto logistica troupe televisiva	
ORMA - Tracce d'artista in Langhe Monferrato Roero	aprile novembre	Comunicazione e ufficio stampa / organizzazione conferenza stampa nazionale / organizzazione e coordinamento press tour	Area Visual
Festival della TV e dei nuovi media	Aprile maggio	Comunicazione e ufficio stampa / Premio Sostenibilità e Gentilezza a Francesca Fialdini	
PAYSAGE +	aprile ottobre	Comunicazione e ufficio stampa / supporto negli eventi	Area Progettazione
Rai - GEO	maggio	Supporto logistica troupe televisiva	
BUY - Un patrimonio da raccontare	maggio	Comunicazione e ufficio stampa	Area Promozione, Area Marketing
Monferrato on Stage	maggio settembre	Supporto comunicazione e ufficio stampa	Coord. con ufficio stampa Parole e dintorni
Food&Wine Tourism Forum	maggio giugno	Comunicazione e ufficio stampa	Tutte le aree
Germinale Monferrato Art-Fest	maggio ottobre	Comunicazione e ufficio stampa / assistenza giornalisti / assistenza progetto e bando	Coord. con organizzazione e ufficio stampa dedicati
Premio giornalistico del Roero	luglio	Segnalazione e selezione articoli in giuria / comunicazione	Premio a Chiara Pasqualetti Johnson per il reportage sul Roero pubblicato su DOVE



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE
ROADSHOW MERCATI DACH	luglio	Zurigo, Monaco di Baviera, Vienna: tre conferenze stampa di presentazione dell'autunno in Langhe Monferrato Roero	Collab. con Città di Asti, Slow Food e Fiera del Tartufo
BUY Outdoor WOW	luglio settembre	Comunicazione e ufficio stampa / organizzazione conferenza stampa / accoglienza giornalisti Spagna	Coordinamento con Atl del Cuneese / Area Promozione
Settembre Astigiano	Agosto settembre	Supporto comunicazione e ufficio stampa	Collab. con ufficio stampa Città di Asti
Douja d'Or	Agosto settembre	Comunicazione e ufficio stampa / organizzazione conferenza stampa a Palazzo della Regione / assistenza giornalisti	Tutte le aree
Cheese	Agosto settembre	Comunicazione / assistenza giornalisti italiani ed esteri	Coord. con ufficio stampa Slow Food
Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba	agosto dicembre	Supporto ufficio stampa	Coord. con uff.stampa Fiera del tartufo
4 Hotel	settembre	Supporto logistica troupe televisiva	Coordimento con Alexala
RossoBarbera	settembre novembre	Supporto comunicazione e ufficio stampa	Area Prodotto
TTG - Fiera Rimini	ottobre	Organizzazione di due conferenze stampa per Paysage +/Bikeland e Ecosistema digitale	Area Progettazione, Area Web
Asta mondiale del tartufo bianco	ottobre novembre	Supporto comunicazione e ufficio stampa evento / accoglienza giornalisti	Coord. con uff.stampa Enoteca Piemonte
Masterclass Falstaff	ottobre novembre	Comunicazione e ufficio stampa / assistenza giornalisti	Area Marketing, Area Prodotto

ALCUNI DATI IN PILLOLE	
CONFERENZE STAMPA (direttamente gestite e in collaborazione)	36
COMUNICATI E NOTE STAMPA	52
GIORNALISTI ACCOLTI SUL TERRITORIO	25
TROUPE TELEVISIVE	4
NEWSLETTER INCONTATTO	12 uscite / 3500 contatti / 39% tasso di apertura
RASSEGNA STAMPA	2.000 articoli di stampa e web + e 2.000 segnalazioni web
TOTALE AVE *si tratta di un importo al ribasso che non tiene conto degli articoli non selezionati dal servizio di rassegna	1.604.561 €
VALORE € STAMPA	904.764 €
VALORE € WEB	699.797 €



Area/Ufficio:	Ufficio Stampa - Comunicazione		
ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	ALTRE AREE
Comunicazione ordinaria e straordinaria con i media	da gennaio a dicembre		
Assistenza e accoglienza giornalisti locali, nazionali e internazionali e supporto riprese televisive	da gennaio a dicembre		
Monitoraggio mercati DACH per eventuali press tour	da gennaio a dicembre		
Prodotti LMR	Da gennaio a dicembre	Comunicazione e ufficio stampa	Area Prodotto
Bike e Outdoor	da gennaio a dicembre	Comunicazione e ufficio stampa	Area Prodotto, Area Progettazione
PAYSAGE +	da gennaio a dicembre	Comunicazione e ufficio stampa / supporto negli eventi	Area Progettazione
Alba capitale arte contemporanea e Orma, tracce d'artista in Langhe Monferrato Roero	da gennaio a dicembre	Comunicazione e ufficio stampa / organizzazione conferenza stampa nazionale Orma / organizzazione press tour tematici	Collaborazione con città di Alba, Germinale, Creativamente Roero, Restè, La collina sale sempre
Progetto Ambassador	da gennaio a dicembre	Supporto e coordinamento con Area Social per copertura eventi con gli Ambassador LMR	Area Social
DUCO - Fiera lusso Milano	marzo	partecipazione incontro stampa	Area Promozione
Vinum	marzo e aprile	Comunicazione, PED e ufficio stampa	Collaborazione e coordinamento con Ente Fiera
VINITALY	aprile	Ipotesi conferenze stampa	
Douja d'Or	da luglio a settembre	supporto organizzazione / comunicazione e ufficio stampa	Tutte le aree
Bra's	settembre	supporto comunicazione e ufficio stampa	Coordinamento con ufficio stampa dedicato
Rosso Barbera	Ottobre	Supporto comunicazione, ufficio stampa, conferenza stampa	Area Social



Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba	da luglio a dicembre	Comunicazione, PED e ufficio stampa	Collaborazione e coordinamento con Ente Fiera
Documentario 750 anni del Palio di Asti		Comunicazione e ufficio stampa	Area Sviluppo
BUY LMR NEXT	novembre	Comunicazione e ufficio stampa	Area Promozione, Area Marketing
Organizzazione interna con Area Comunicazione per gestione Area Visual	da gennaio a dicembre		Area Web
PROPOSTE E IPOTESI PER CONFERENZE STAMPA INTERNAZIONALI			
Roadshow WOW	da aprile a giugno	valutare momento stampa durante il roadshow	Area Promozione
Ipotesi conferenze stampa in collaborazione con Ente Fiera e Ordine dei cavalieri		valutare momenti stampa di sistema	
PROPOSTE E IPOTESI PER CONFERENZE STAMPA NAZIONALI			
BIT Milano	febbraio	Organizzazione punto stampa	Area Promozione
Milano	aprile	Ipotesi presentazione Orma	
Roma	aprile / giugno	Ipotesi presentazione documentario Palio di Asti e Settembre astigiano	Area Formazione
TTG Rimini	ottobre	Organizzazione punto stampa	Area Promozione
INVIO NEWSLETTER INCONTATTO			

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
PROGETTO AMBASSADOR 5.0	Da nov. '24/ in corso	Vedi dettaglio tabella Ambassador 5.0
Costruzione ped mensile	Da nov. '24/ in corso	
Realizzazione di report mensili	Da nov. '24/ in corso	
Gestione e moderazione della community	Da nov. '24/ in corso	Risposte, commenti, interazioni
Supporto nella promozione degli eventi territoriali con contenuti ad hoc e selezione ed invio di Ambassador 5.0	Tutto l'anno	Analisi e selezione degli eventi più rilevanti per la promozione del territorio LMR. Ideazione di piani di comunicazione coerenti con l'identità del brand e produzione di contenuti digitali originali per web e social. Attivazione e coordinamento con il referente del progetto Ambassador 5.0 con competenze digitali e storytelling autentico.
Creazione di grafiche ad hoc coerenti con l'identità visiva del brand	Da nov. '24/ in corso	Ideazione di piani di comunicazione coerenti con l'identità del brand e produzione di contenuti digitali originali per web e social.
Gestione di ped dedicati ad eventi in collaborazione con i vari stakeholder	Tutto l'anno	Attivazione e coordinamento con i referenti del progetto Ambassador 5.0 con competenze digitali e storytelling autentico.
Creazione e gestione di campagne meta dedicate ad esperienze/eventi	Tutto l'anno	
Food and Wine Tourism Forum	Da apr. a giu. 2025	Realizzazione del piano editoriale e gestione dei canali social ufficiali dell'evento (Instagram, Facebook, LinkedIn). Coordinamento del team social e degli storyteller nazionali e locali (9 storyteller da 6 regioni e 19 ambassador). Produzione di grafiche, post e contenuti per la promozione (48 post Facebook e 48 Instagram). Copertura live durante l'evento e attività di community management (interazioni, risposte e moderazione).
DOUJA D'OR	Da agosto a settembre 2025	Sviluppo e gestione del piano editoriale e dei canali social ufficiali dell'evento (Instagram, Facebook, X), con produzione di grafiche, contenuti live, stories e reels. Attivazione e monitoraggio di una campagna Meta Ads, con ottimizzazione di copy e visual. Gestione della community e creazione di un hashtag dedicato per il tracciamento delle conversazioni. Coinvolgimento di 4 ambassador per la promozione e il racconto dell'evento.



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
FOCUS PROGETTO AMBASSADOR		
PROGETTO AMBASSADOR 5.0	Novembre 24 - in corso	• Call For Ambassador • Realizzazione di un format con domande strategiche per la selezione • Realizzazione di un regolamento di adesione • Realizzazione di una presentazione identificativa e riassuntiva da condividere anche con i candidati che spiega i benefici, i valori dell’ambassador 5.0 eccetera • Realizzazione di grafiche ad hoc per la call for ambassador e per la landing page dedicata • Realizzazione dei testi della landing page • Analisi dei paperform e dei requisiti
SCOUTING NUOVI AMBASSADOR	Novembre 24 - in corso	
SELEZIONE AMBASSADOR PER CIASCUN EVENTO	Novembre 24 - in corso	
SELEZIONE DI AMBASSADOR PER CIASCUN EVENTO/ESPERIENZA		Per ogni evento/esperienza viene effettuata una selezione mirata di ambassador locali e nazionali, individuati in base a: - Coerenza con i valori e l’immagine del territorio LMR - Target di riferimento e interesse per turismo, enogastronomia, cultura e lifestyle; - Qualità dei contenuti pubblicati (fotografia, storytelling, autenticità); - Livello di engagement e community di riferimento.
CONTATTO E ONBOARDING DELL'AMBASSADOR		Dopo la selezione, ciascun ambassador è stato contattato direttamente per: - Presentare il progetto e gli obiettivi dell’attività; - Definire modalità di partecipazione e calendario dell’evento; - Concordare i contenuti da realizzare e i canali da utilizzare (feed, stories, reel, articoli linkedin, ecc.); - Fornire linee guida grafiche e comunicative (tone of voice, hashtag ufficiali, tag dei partner, geolocalizzazioni). L’approccio è collaborativo e personalizzato, favorendo la creazione di contenuti spontanei ma coerenti con l’immagine del territorio.



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
FOCUS PROGETTO AMBASSADOR		
CREAZIONE DELLA RUBRICA "VOCI DEGLI AMBASSADOR" PER LINKEDIN	Febb 25. In corso	L’iniziativa mira a valorizzare il territorio Langhe Monferrato Roero attraverso voci autentiche e autorevoli, approfondendo temi strategici come sostenibilità, innovazione, tradizione ed enogastronomia. L’obiettivo è posizionare Visit Langhe Monferrato Roero come punto di riferimento nel dialogo tra turismo, cultura e sviluppo locale.Il progetto “Voci degli Ambassador” adotta un approccio narrativo e analitico che intreccia storytelling, dati e testimonianze.Ogni articolo esplora temi come turismo sostenibile, equilibrio tra tradizione e innovazione, identità territoriale e comunicazione etica e consapevole.
COACHING		Attività costante
FORMAZIONI AD HOC	Febb 25. In corso 10 H	
CREAZIONE DI UNA SEZIONE SUL SITO ISTITUZIONALE LMR DEDICATO AGLI AMBASSADOR 5.0	Da Settembre 2025 - in corso	
CREAZIONE DELL'ICONA "VERIFICATO DAGLI AMBASSADOR 5.0" PER LE ESPERIENZE VISIT LMR	Da Settembre 2025 - in corso	L’iniziativa mira a umanizzare e valorizzare l’offerta turistica, rendendo le esperienze più autentiche e credibili. L’icona “ambassador approved” diventa garanzia di qualità, segnalando le proposte valutate positivamente dagli ambassador.L’obiettivo è creare fiducia tra visitatore e territorio, valorizzare le attività locali e rafforzare la reputazione del brand Visit Langhe Monferrato Roero. Il progetto offre agli operatori un marchio distintivo di qualità esperienziale, utile alla promozione sui canali ufficiali..

ALCUNI DATI IN PILLOLE		
FOLLOWER INSTAGRAM	32500	AD OTTOBRE 2025
FOLLOWER FACEBOOK	42.128	AD OTTOBRE 2025
VISUALIZZAZIONI INSTAGRAM	162075 - 31,5% NON FOLLOWER	AD OTTOBRE 2025
INTERAZIONI INSTAGRAM	736 - 5,7% NON FOLLOWER - 87% DA STORIES	AD OTTOBRE 2025
ACCOUNT RAGGIUNTI INSTAGRAM	22000 +115%	AD OTTOBRE 2025
STORIES CONDIVISE	OLTRE 500	DA FEBBRAIO 2025 A OTTOBRE 2025

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA
Creazione di Piani Editoriali Mensili e Report	Tutto l'anno	• Creazione di contenuti per i canali social per la promozione di eventi ed esperienze • Monitoraggio KPI
Gestione e moderazione della community	Tutto l'anno	Risposte, commenti, interazioni
Supporto nella promozione degli eventi territoriali con contenuti ad hoc e selezione ed invio di Ambassador 5.0	Tutto l'anno	Analisi e selezione degli eventi più rilevanti per la promozione del territorio LMR. Ideazione di piani di comunicazione coerenti con l'identità del brand e produzione di contenuti digitali originali per web e social. Attivazione e coordinamento con il referente del progetto Ambassador 5.0 con competenze digitali e storytelling autentico.
Creazione di grafiche ad hoc coerenti con l'identità visiva del brand	Tutto l'anno	Ideazione di piani di comunicazione coerenti con l'identità del brand e produzione di contenuti digitali originali per web e social.
Gestione di ped dedicati ad eventi in collaborazione con i vari stakeholder	Tutto l'anno	Creazione di piani di comunicazione dedicati per eventi partner o eventi direttamente gestiti dall'Ente Turismo (Food & Wine Tourism Forum, Douja d'Or esempio)
Creazione e gestione di campagne meta dedicate ad esperienze/eventi	Tutto l'anno	Campagne pubblicitarie digitali per la promozione di eventi ed esperienze in coordinamento con Area Web.



PROGETTO AMBASSADOR 5.0	DETTAGLI
Ampliare la rete degli Ambassador 5.0, includendo professionisti di diversi ambiti	- Coinvolgere maggiormente la comunità locale presentando gli ambassador al territorio e sul territorio - Coinvolgere maggiormente le scuole nel progetto Ambassador 5.0
Potenziare la rubrica “Voci degli Ambassador”	Creazione di almeno due articoli al mese per LinkedIn
Lanciare il podcast degli ambassador 5.0	Serie audio mensile di 15–20 minuti dedicata a temi o ambasciatori del territorio, con interviste e suoni locali. Diffusione su Spotify, Apple e Google Podcasts e promozione sui canali Visit LMR.
Incrementare le formazioni per gli Ambassador 5.0	sia online che offline
Creare dei settori per gli ambassador 5.0	Creazione di gruppi tematici per valorizzare le diverse aree di eccellenza (enogastronomia, outdoor, cultura, innovazione, turismo sostenibile).
Icona "Verificato dagli Ambassador 5.0" per le Esperienze Visit Lmr	Integrare l'icona nella comunicazione digitale e visiva delle esperienze certificate (sito web, social, materiali editoriali); Nei portali di prenotazione e booking turistico legati a Visit LMR; In campagne promozionali dedicate, che raccontino la relazione diretta tra chi vive e chi racconta il territorio.
Creazione dell'esperienza "Un giorno con l'ambassador"	Attività esperienziali che uniscono racconto, scoperta e incontro, per valorizzare il ruolo degli Ambassador come interpreti culturali e rafforzare l’identità del marchio Visit LMR.
Creazione dell'esperienza "Un giorno da ambassador"	Percorsi partecipativi per turisti e residenti che promuovono comunicazione autentica, creatività e appartenenza al territorio, generando contenuti spontanei di qualità.
PROPOSTE SOCIAL	DETTAGLI
Coinvolgimento di content creators nazionali	Selezione di 1 content creator nazionale al mese. OBIETTIVO: Rafforzare la brand awareness nazionale di Visit Langhe Monferrato Roero.
Coinvolgimento di content creators internazionali	Almeno 3 all'anno
Implementare i contenuti LinkedIn	
Creazione di due rubriche settimanale territoriale per Facebook	La rubrica, dal taglio territoriale e narrativo, unisce storytelling, fotografia e informazione locale per raccontare settimanalmente luoghi, persone e storie delle Langhe, Monferrato e Roero.



PRODUZIONE MULTIMEDIALE	FORNITORE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE
Produzione Video Tradizione/Folclore	LAVEZZO STUDIOS	Riprese integrazione video paliotti	Riprese video per produzione video di Monferrato Contemporaneo.	- 1 giornata di riprese - 1 video output
Produzione Video Arte e Cultura	ROBIN STUDIO	Aprile - Settembre	Riprese video per produzione materiale dedicato all’arte e cultura del territorio	- 11 giornate di riprese - 8 video output
Produzione Video Ciclovía Svizzera Mare	DABUN FILMS	Giugno - settembre	Riprese video delle 7 tappe della ciclovía da Locarno a Nizza in Francia.	- 9 giornate di riprese - 8 video (7 pillole per tappa, 1 video lungo)
Produzione Video Ppt Destinazione	DABUN FILMS	Settembre - dicembre	Riprese video de i 4 principali eventi del territorio + montaggio di 13 video da inserire nel PPT di destinazione	- 4 giornate riprese - 13 output (video per PPT destinazione)
PRODUZIONE Foto/Video PAESAGGIO UNESCO	LAVEZZO STUDIOS	Maggio - ottobre	Produzione video e foto per archivio di Paesaggi Vitivinicoli UNESCO.	Da stimare
PRODUZIONE Foto/Video EVENTI MAGGIORI	LAVEZZO STUDIOS	Settembre - dicembre	Riprese video Palio di Asti e Palio di Alba per integrazione video eventi di Dabun Films. + fornitura comparse per video Fiera Tartufo Bianco d’Alba	2 giornate di riprese
PRODUZIONE Video/Foto POST TOUR BUY OUTDOOR	ANDREA ROA	18-19 settembre	Riprese video del post tour Buy Wow 2025	2 giornate di riprese
Produzione Video Tartufo	TERROIR FILMS	Ott. 25/gen. 2026	Riprese video per produzione docufilm tartufo.	4/5 giornate di riprese
Produzione Video Arte Contemporanea	FABJO HAZIJAJ	Ago. 25/gen. 2026	Riprese video per la produzione del video dedicato ad ORMA	2 giornate di riprese
Produzione Foto/ Video Eventi Organizzati da Ente Lmr	Lavezzo Studios	Tutto l’anno	Riprese Food and Wine Tourism Forum; Riprese Masterclass Falstaff	
ATTIVITA' ORDINARIA				
		PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Richiesta Patrocinio	-	Tutto l’anno	Gestione delle richieste di patrocinio	
Richieste Logo	-	Tutto l’anno	Gestione delle richieste di logo	
Richieste Foto/Video	-	Tutto l’anno	Gestione delle richieste foto e video esterne.	



PRODUZIONE MULTIMEDIALE	FORNITORE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE
ATTIVITA' ORDINARIA				
		PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Richieste Interne Promozione	-	Tutto l'anno	Gestione delle richieste foto e video per fiere B2B e B2C.	
Richieste Interne Prodotto	-	Tutto l'anno	Elaborazione di materiale dedicato alla comunicazione delle esperienze	
Richieste Interne Marketing	-	Tutto l'anno	Elaborazione di materiale dedicato alla comunicazione delle esperienze	
Richieste Interne Web	-	Tutto l'anno	Elaborazione di foto/video adatti al caricamento online sul sito visitlmr.it	
Richieste Interne Social	-	Tutto l'anno	Produzione e/o elaborazione di materiale foto e video	

ALCUNI DATI IN PILLOLE	
Attività	Quantità
Giornate riprese	36 giornate
Output produzione video	28 video + grezzi di tutto il contenuto girato
Numero richieste patrocini/logo evase	51 tra loghi e patrocini
Numero richieste foto/video esterne evase	21 richieste gestite internamente nell'area

AREA/UFFICI	Area Comunicazione / Ufficio Visual
Immagini, video e archivi digitali per una comunicazione sempre più integrata	
Nel 2026 l’Ente Turismo prosegue il processo di consolidamento e ottimizzazione dell’intero comparto visuale, entrato a pieno regime grazie all’implementazione del nuovo server e alla riorganizzazione degli archivi foto e video. L’obiettivo è rendere il patrimonio visuale uno strumento strategico di comunicazione e promozione, pienamente integrato con le aree Social, Web, Prodotto e Comunicazione, e capace di supportare le nuove progettualità legate a “Alba Capitale dell’Arte Contemporanea 2027”.	
Le azioni previste puntano a migliorare la gestione, accessibilità e qualità dei contenuti multimediali, incrementando la produzione interna, favorendo l’autonomia operativa del personale e rafforzando la coerenza visiva del brand territoriale Langhe Monferrato Roero.	
	Macro Attività:
Tutto l’anno	· Utilizzo operativo e implementazione del nuovo server video-fotografico, con archiviazione ottimizzata, tagging tematico e strumenti di ricerca avanzata per aree di interesse e progetti.
	· Gestione e perfezionamento delle procedure di concessione loghi e patrocini, garantendo uniformità grafica e corretto uso del brand territoriale.
	· Creazione di nuovi video istituzionali e tematici, dedicati alle esperienze turistiche e alle eccellenze del territorio, in sinergia con le aree Prodotto, Comunicazione e Promozione.
	· Supporto tecnico e creativo alle attività interne (produzione di locandine, materiali front office, pannelli, visual per eventi e campagne).
	· Aggiornamento e manutenzione dell’archivio video, con selezione, catalogazione e editing del materiale grezzo, per consentire un utilizzo flessibile e trasversale nei diversi canali di comunicazione.
	· Creazione di un sistema di monitoraggio interno per valutare l’efficacia dei contenuti visivi prodotti e la loro performance su piattaforme digitali e social.
	· Ottimizzazione e completamento dell’archivio PhotoLMR, con aggiornamento continuo dei contenuti, ampliamento delle raccolte tematiche e revisione dei criteri di classificazione e accesso.
	· Produzione di contenuti video e fotografici a supporto delle campagne e delle aree operative, con focus su progetti promozionali, storytelling esperienziale e grandi eventi territoriali.
	· Rafforzamento del patrimonio visuale dedicato all’arte e alla cultura, con particolare attenzione alle produzioni in vista di Alba Capitale 2027.
	· Produzione autonoma di contenuti interni, mediante programmazione periodica di shooting e riprese in collaborazione con i fotografi e videomaker accreditati.
	· Formazione continua del personale interno sulle tecniche di montaggio, storytelling visivo e utilizzo di strumenti AI per la post-produzione.



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
D3HUB - Data-Driven Destinations Hub: EU Competence Centre for Data Management in Tourism Destinations	Tutto l'anno	Ho partecipato, come referente dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero, agli incontri previsti dal progetto europeo triennale, così come descritto nella scheda di progetto presente in presentazione, dedicato al supporto delle destinazioni turistiche nei processi di transizione verde e digitale basata sui dati.
Chatbot	gennaio-agosto	Integrazione su www.visitlmr.it di un assistente virtuale (web e WhatsApp) per assistenza clienti 24/7. Ogni sede avrà un profilo operatore con dashboard per gestire le richieste.
Verticalizzazione dei siti di prodotto nel sito di destinazione	gennaio-dicembre	Integrazione dei siti piemonteonwine.it e piemonteonfood.it in visitlmr.it e Pimcore. Ottimizzazione informazioni, back office unico per infopoint e vendita esperienze food&wine Regiondo.
Dialogo tra CRM e CMS	gennaio-giugno	Sincronizzazione tra visitlmr.it e CRM Sequar per importare dati su POI, strutture, ristoranti e servizi. Gestione iscrizioni, richieste informazioni e clienti interessati alle esperienze.
Patrimonio da Raccontare	Febbraio	Completamento del sito che racconta i 20 comuni coinvolti tramite narratori di diverse generazioni e mappa interattiva.
Sito Associazione Paesaggi Vitivinicoli LRM	gennaio-settembre	Supporto e collaborazione nel restyling del sito dell'Associazione Paesaggi Vitivinicoli Langhe-Roero e Monferrato.
Pagina Ambassador su enteturismolmr.it	Da settembre - in corso	Creazione della sezione dedicata al progetto Ambassador 5.0 sul sito enteturismolmr.it .
Icona "VERIFICATO DAGLI AMBASSADOR 5.0" per le esperienze di VisitLMR	Da settembre - in corso	Integrazione dell'icona sulla pagine delle esperienze "Ambassador Approved" del sito www.visitlmr.it
Bilancio di Sostenibilità su enteturismolmr.it	Tutto l'anno	Pubblicazione online del Bilancio di Sostenibilità su enteturismolmr.it con modalità di consultazione interattiva.
Progetto Bikeland	Tutto l'anno	Realizzazione della sezione Bikeland su visitlmr.it con mappatura e descrizione dei percorsi cicloturistici.
Food and Wine Tourism Forum	Da marzo 2025	Restyling del sito foodwinetourismforum.it in vista dell'edizione 2025 e gestione iscrizioni online all'evento.



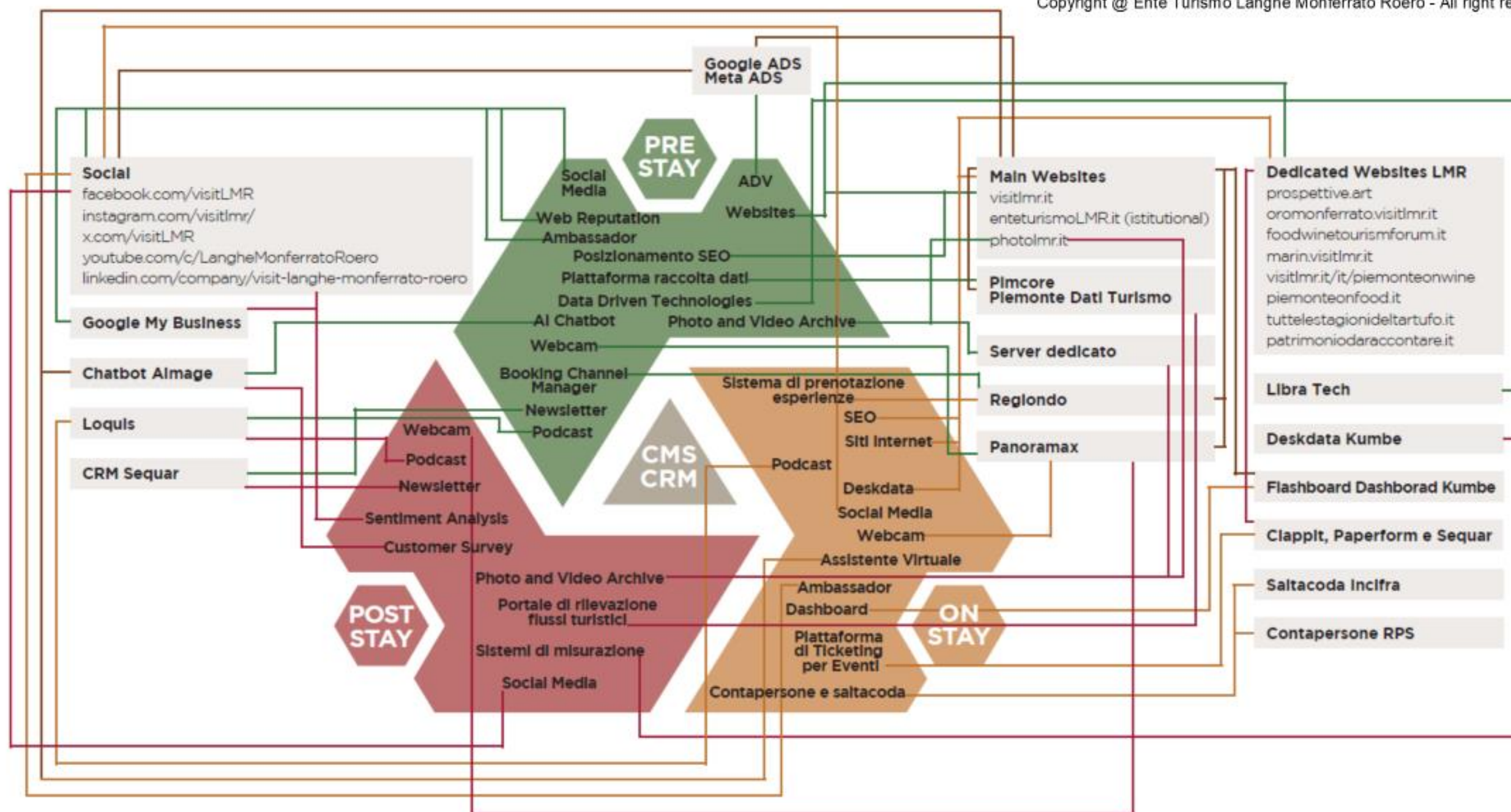


ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Campagne Google ADS	Tutto l'anno	Creazione di landing page e campagne sponsorizzate per aumentare visite e promuovere esperienze ed eventi territoriali.
Lybra Tech	Tutto l'anno	Dashboard multi-source per analizzare domanda turistica, prevedere flussi e confrontare trend con destinazioni concorrenti.
Statistiche Web	Tutto l'anno	Analisi del comportamento dei visitatori tramite Google Analytics, Looker Studio e Search Console.
Dichiarazione di Accessibilità - In attuazione della Direttiva UE 2016/2102	Settembre	Verifica dei siti secondo criteri WCAG 2.1, aggiornamento pagina dedicata e attivazione del widget USERWAY per utenti con disabilità.
Manutenzione, sicurezza e privacy	Tutto l'anno	Gestione domini, hosting e certificati https. Adeguamento dei siti alle normative sulla privacy e aggiornamento del cookiebot.
Società Trasparente	Tutto l'anno	Aggiornamento e pubblicazione dei documenti obbligatori nella sezione "Società Trasparente" del sito istituzionale.
SEO www.visitlrm.it	Tutto l'anno	Pianificazione SEO per migliorare indicizzazione, visibilità e posizionamento del sito sui principali motori di ricerca.
Newsletter	Tutto l'anno	Invio periodico di newsletter a turisti, stakeholder e tour operator con eventi, novità e aggiornamenti territoriali.
Paperform	Tutto l'anno	Creazione di form personalizzati per iscrizioni, raccolta dati e sondaggi per le attività dell'Ente Turismo.
QR Code	Tutto l'anno	Creazione di QR code personalizzati graficamente, con tracciamento e monitoraggio degli accessi.
Esperienze	Tutto l'anno	Pubblicazione online sul sito www.visitlrm.it delle esperienze con integrazione del widget di Regiondo
Sezione Eventi www.visitlrm.it	Tutto l'anno	Editing e pubblicazione nell'apposita sezione del sito di destinazione www.visitlrm.it dei principali eventi di Langhe Monferrato Roero, selezionati tra circa 2000 mail pervenute alla casella eventi@visitlrm.it
Partecipazione a eventi per raccontare il percorso di digitalizzazione di VisitLMR	Durante l'anno	• Bit - Milano • We Make Future – Web Marketing Festival - Bologna • Food & Wine Tourism Forum • BTO On Tour Perugia • TTG - Rimini • Digital Days - Langhe Roero





Copyright @ Ente Turismo Langhe Monferrato Roero - All right reserved



2023 ■■■■ 2025





ALCUNI DATI IN PILLOLE			
Google Analytics, Looker Studio e Google Search Console per www.visitlmr.it			
	1 gennaio 2024 - 31 dicembre 2024	1 gennaio 2025 - 31 dicembre 2025	% crescita
Numero visualizzazioni	1.180.670	1.886.191	60%
Numero utenti attivi	179.887	303.000	68%
Nuovi Utenti	161.255	266.575	65%
Sessioni	230.166	437.512	90%
Conversioni	27.181	42.038	55%
Conversioni	27.201 Totale eventi	42.072	35%
	2.333 Whatsapp	2.830	18%
	1.077 Iscrizioni alla newsletter	1.562	31%
	1.719 Email	3.618	52%
	2.386 Info esperienza	2.944	19%
	1.135 Telefonate	2.208	49%
Rendimento nei risultati di ricerca	305.027 Clic totali	433.639	30%
	9,76 Mln Impressioni totali	17,98 Mln	46%
	3,1% CTR media	2,4	
	12,9 Posizione media	10,7	
Utenti per dispositivo	71,3% mobile	65,7,1%	
	26,9% desktop	32,8%	
	1,8 tablet	1,5%	
Newsletter mensile #TheHomeofBuonvivere			
	1 gennaio 2024 - 31 dicembre 2024	1 gennaio 2025 - 31 dicembre 2025	% crescita
Numero destinatari	8.568	10.654	20%
Deskdata			
	1 gennaio 2025 - 31 dicembre 2025		
Ospiti gestiti	16.597		
Mattino	9.941		
Pomeriggio	6.656		
Feriali	11.936		
Festivi	4.661		
Chatbot			
	ago-25	set-25	ott-25
Conversazioni totali	176	316	284
Conversazioni Web	64	132	106
Conversazioni WhatsApp	112	184	178



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
D3HUB - Data-Driven Destinations Hub: EU Competence Centre for Data Management in Tourism Destinations	Tutto l’anno	Nel 2026 proseguirò il mio ruolo di referente dell’Ente Turismo Langhe Monferrato Roero all’interno del progetto europeo triennale. Il coinvolgimento continuerà con particolare attenzione ai temi della transizione verde e digitale delle destinazioni, al rafforzamento delle competenze legate all’uso dei dati per la governance turistica e allo scambio di buone pratiche con le altre DMO partecipanti.
Dashboard di dati	Tutto l’anno	Strumento di visualizzazione per integrare e analizzare i dati turistici da diverse fonti.
Sistema di gestione archivio video	Entro fine 2026	Gestione e ricerca semplificata dei contenuti multimediali.
Card territoriale	Entro fine 2026	Sviluppo card multiservizio per esperienze, visite e ingressi.
Ciclovía Svizzera Mare / Ciclovía del Mare	Entro fine 2026	Sito web dedicato con informazioni e percorsi guidati o autonomi.
Sito istituzionale Ente Turismo Langhe Monferrato Roero	Entro fine 2026	Restyling grafico e riorganizzazione dei contenuti per stakeholder territoriali.
WhatsApp Business – Invio massivo comunicazioni	Tutto l’anno	Invio newsletter e comunicazioni tramite WhatsApp Business e chatbot Aimage.
Flashboard	Inizio 2026	Creazione dashboard per la gestione dei database territoriali in Pimcore. Aggiornamento e analisi dati, con possibilità di esportare ricerche e statistiche.
Aula Didattica Interattiva Associazione Paesaggi Vitivinicoli Unesco	Entro fine 2026	Supporto e collaborazione nell’allestimento di un’aula didattica-museale ad Asti con dotazioni e contenuti multimediali
Dashboard Associazione Paesaggi Vitivinicoli Unesco	Entro luglio 2026	Supporto e collaborazione nella creazione di una dashboard dell’Associazione per il Patrimonio dei Paesaggi Vitivinicoli Langhe-Roero e Monferrato.
Monitor Informativi	Entro fine 2026	Installazione di monitor e touch point informativi negli Info Point.
Sistema di profilazione turisti e saltacoda	Entro fine 2026	Totem interattivo per profilazione turisti presso l’Ufficio di Asti.
Food and Wine Tourism Forum	Da marzo 2026	Restyling sito web e gestione iscrizioni online per l’edizione 2026.
Lybra Tech	Tutto l’anno	Dashboard per analisi performance turistiche e previsione flussi.
Campagne Google ADS	Tutto l’anno	Landing page e campagne promozionali per esperienze ed eventi.



ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Statistiche Web	Tutto l'anno	Analisi del traffico e comportamento visitatori tramite Google Analytics e Looker Studio.
Dichiarazione di Accessibilità – Direttiva UE 2016/2102	Settembre 2026	Validazione WCAG 2.1, pagina feedback e widget per accessibilità utenti.
Società Trasparente	Tutto l'anno	Aggiornamento documenti nella sezione “Società Trasparente” del sito.
Manutenzione, sicurezza e privacy	Tutto l'anno	Gestione domini, hosting, certificati https e aggiornamenti privacy.
SEO www.visitlmr.it	Tutto l'anno	Strategia SEO per migliorare indicizzazione e posizionamento nei motori di ricerca.
Newsletter	Tutto l'anno	Invio periodico di newsletter informative a turisti, operatori e stakeholder.
Paperform	Tutto l'anno	Creazione di form grafici per iscrizioni, raccolta dati e questionari.
QR Code	Tutto l'anno	Creazione di QR code personalizzati con tracciamento accessi.
Pagina Ambassador su enteturismolmr.it	Da settembre 2025 - in corso	Creazione della sezione dedicata al progetto Ambassador 5.0 sul sito enteturismolmr.it.
Icona "VERIFICATO DAGLI AMBASSADOR 5.0" per le esperienze di VisitLMR	Da settembre 2025 - in corso	Integrazione dell'icona sulla pagine delle esperienze “Ambassador Approved” del sito www.visitlmr.it
Sezione Eventi www.visitlmr.it	Tutto l'anno	Editing e pubblicazione nell'apposita sezione del sito di destinazione www.visitlmr.it dei principali eventi di Langhe Monferrato Roero





ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Erogazione del servizio di accoglienza e informazione turistica presso i 3 Uffici IAT di Alba, Asti e Bra gestiti dall'ATL Langhe Monferrato Roero	Tutto l'anno	Il team dell'Area Accoglienza eroga il servizio turistiche presso le 3 sedi. Gli uffici IAT di Alba, Asti e Bra sono aperti 7 giorni su 7 e 362 giorni l'anno con chiusura straordinaria il 1° gennaio, 25 e 26 dicembre. Lo staff è composto da 9 persone (lingue: inglese, francese, tedesco e spagnolo).	3 uffici IAT aperti 7/7 1086 giorni totali di apertura all'anno 3258 ore di servizio accoglienza nella sede di Alba 2896 ore di servizio accoglienza nelle sedi di Asti e Bra
Gestione utenti desk e telefono presso i 3 uffici IAT di Alba, Asti e Bra	Dal 2 gennaio al 21 ottobre	Il team dell'Area Accoglienza gestisce le informazioni turistiche raccolte al desk e al telefono registrandone: provenienza, numero utenti gestiti, tipologia di informazione richiesta, giorni di permanenza, frequenza sul territorio, target e sorgente di contatto	12.790 utenti gestiti al desk 2043 utenti gestiti al telefono
Gestione ingressi presso i 3 uffici IAT di Alba, Asti e Bra	Dal 2 gennaio al 21 ottobre	Il team dell'Area Accoglienza gestisce gli ingressi presso i 3 uffici IAT di Alba, Asti e Bra tramite sistema di telecamera che fornisce il nr di ingressi in entrata e uscita	77.658 ingressi di cui: 51.531 Alba 20.332 Asti 5.795 Bra
Gestione utenti tramite Totem Salta Code sede di Alba	Dal 2 gennaio al 21 ottobre	La sede di Alba, in collaborazione con il Consorzio Turistico Langhe Experience, gestisce gli utenti tramite un Totem Salta Code	9502 ticket gestiti di cui: 8382 ticket per informazioni turistiche 390 ticket per visite guidate e vendita abb.to Musei Torino Piemonte 280 ticket per acquisto gadget e cartine 450 ticket per prenotazioni
Gestione e-mail e corrispondenza delle seguenti caselle di posta elettronica	Dal 2 gennaio ad oggi	informazioni e supporto anche via e-mail tramite la gestione di 4 caselle di posta elettronica: info@visitlmr.it eventi@visitlmr.it info@piemonteonwine.it info@piemonteonfood.it	7880 e-mail gestite dalla casella info@visitlmr.it di cui 549 e-mail dalle caselle POW e POF





AREA ACCOGLIENZA UFF. INFORMAZIONI 2025

Referente: Nella Carnevale con Antonella Borio, Annalaura Gastaldi, Annamaria Gozzelino, Nadia Mazgar, Ornella Nano, Cecilia Patron, Annalisa Saracco, Erica Torrenco

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Aggiornamento dati	Tutto l'anno	Attività di back office: raccolta, aggiornamento e caricamento periodico delle informazioni turistiche su data base preposti per aggiornamento sito e area back office	Aggiornamento dei data base relativi a orari, aperture e altre attività relative all'offerta turistica del territorio
Abbonamento musei Torino Piemonte	Tutto l'anno	Gestione vendita abbonamento musei Torino Piemonte nelle 3 sedi e controllo aggio mensile	1231 abbonamenti effettuati di cui: 543 Asti – 453 Alba – 235 Bra
Evento sportivo Corri Sotto le Torri 14 settembre	Dall'8 al 13 settembre	Gestione iscrizioni all'evento sportivo Corri Sotto le Torri di Alba	879 iscrizioni gestite presso la sede di Alba
Esperienze Langhe Monferrato Roero	Tutto l'anno	Il team dell'Area Accoglienza collabora con l'area prodotto per la gestione della vendita delle esperienze online e onsite dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero.	Per i dati si rimanda all'area prodotto
Formazione 4Humans	Da gennaio a dicembre	Una/due giornate al mese dedicate a formazione uno a molti per nostro personale addetti area accoglienza, addetti Uffici Turistici del territorio e sopralluoghi Uffici Turistici LMR	11 giornate dedicate ai sopralluoghi IP LMR di cui: 2 formazioni online per addetti IP LMR e 2 formazioni in presenza per addetti accoglienza, ricettività e cantine
Giornate formative Progetto Toju e Tabuj	Nell'arco dell'anno	Progetto Toju e Tabuj: incontro con le scuole per presentazione del progetto, consegna della brochure dedicata e visita guidata della città di Asti rivolta agli studenti	16 giornate dedicate alle scuole con le colleghe Antonella Borio e Ornella Nano
Fiere Turistiche	Nell'arco dell'anno	Il team dell'Area Accoglienza collabora con l'area Promozione presenziando alle principali fiere turistiche nazionali ed internazionali B2C e B2B	45 giornate dedicate alla promozione del territorio

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Formazione personale addetto area accoglienza	Nell'arco dell'anno	Il team dell'Area Accoglienza ha partecipato a varie formazioni (online o presenza)	23 giornate
Supporto Indagine Impatto economico Fiere del tartufo province Asti e Alessandria	Da settembre a novembre	Interviste e compilazione questionari dedicati all'impatto economico sulle fiere del tartufo	6 giornate dedicate: 2 giornate Montiglio Monferrato; 2 giornate Moncalvo; 1 giornata San Sebastiano Curone; 1 giornata Murisengo
Gestione magazzino	Tutto l'anno	Gestione magazzino	498 ordini di consegna , 307 documenti di trasporto 86 trasferimenti interni
Progetto messa in rete IP LMR	Nell'arco dell'anno	Relazione continua con addetti IP LMR relative a: scambio di informazioni, esperienze, eventi e materiale cartaceo.	Canali di comunicazione vis-à-vis, telefono, whatsapp, e-mail
Supporto alle altre aree interne	Nell'arco dell'anno	Il team dell'Area Accoglienza fornisce supporto a tutte le aree interne per varie attività relative a: promozione del territorio, divulgazione eventi, ecc.	FWTF, Road Show, Progettazioni, Eventi





AREA/UFFICIO:		Area Accoglienza	
ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NUMERO / DATO
Nuova sede per l'ufficio IAT di Asti	Nell'arco dell'anno	Dopo l'apertura dell'ufficio IAT di Bra, il restyling di quello di Alba, è giunto il momento di rinnovare anche l'Ufficio IAT di Asti. Entro il 2026, quest'ultimo avrà una nuova sede in Piazza San Secondo, all'interno degli spazi del Palazzo Comunale	
Progetto Rete IP LMR	Nell'arco dell'anno	incontro con amministratori comunali e incontro con gestori: rafforzamento del progetto di rete, promuovendo la cooperazione e la condivisione di risorse tra gli uffici turistici	valore atteso per il 2026 e per il 2030
Formazione	Nell'arco dell'anno	proporre formazione per gli addetti all'accoglienza IP LMR (formazione interna mirata, sopralluoghi)	
Personale	Primo trimestre dell'anno	per garantire un servizio continuativo e di qualità, l'area accoglienza sarà rafforzata con nuove assunzioni, in sostituzione del personale uscente	assunzione di 3 pax tramite bando
Materiale turistico informativo	Nell'arco dell'anno	in collaborazione con l'area marketing realizzazione della nuova mappa dedicata al territorio, alla città di Alba e proposta di una brochure generica dedicata al territorio e da poter distribuire a stakeholder e visitatori	
		Proposta di vendita delle 3 guide Itinerari Urbani dedicate alla città di Alba, Asti e Bra	
		in collaborazione con l'area prodotto proposta di realizzazione cartoline esperienziali dedicate alle esperienze di Langhe Monferrato Roero	
Statistiche visitatori tramite Deskdata	Nell'arco dell'anno	Oltre alla raccolta delle statistiche tramite Deskdata, si propone l'integrazione della valutazione del grado di soddisfazione anche per le sedi di Asti e Bra	
Nuovo ufficio turistico Cocconato	Nell'arco dell'anno	Progettazione piano di gestione	
Gestione ordinaria servizio Informazioni & accoglienza	Tutto l'anno	3 uffici: Alba, Asti, Bra	





PROGETTO EUROPEO D3HUB - SINTESI ATTIVITA' ETLMR 2025

Cos'è D3HUB

Progetto europeo di formazione e peer learning sulla **gestione data-driven delle destinazioni turistiche**, promosso dall'UE, con il coinvolgimento di 40 DMO europee.

Partecipazione ETLMR

- **Camilla Parodi (area progettazione EU) e Clara Ceretto (area web):** percorso formativo 2025 sul tema **“Redistribuzione dei flussi turistici nello spazio e nel tempo”**
- **Supporto interno:** collaborazione con **Elisabetta Bussolino (area strutture)** per la raccolta e strutturazione dei dati di competenza ETLMR

Attività principali

- Webinar e workshop internazionali
- Confronto con altre DMO europee
- Analisi di strumenti e indicatori per la gestione dei flussi turistici
- Lavoro su dati reali del territorio

Evento finale

Bruxelles – 27 gennaio 2026: Evento conclusivo del programma con tutte le DMO partecipanti e la Commissione Europea

Prime conseguenze operative per ETLMR

- Avvio del percorso per **dotarsi di una dashboard strutturata di raccolta e lettura dei dati turistici**
- Raccolta informazioni e valutazioni preliminari su **dati da celle telefoniche** per l'analisi dei flussi turistici

Valore per l'Ente

Passaggio da lettura “descrittiva” dei dati a **supporto strategico alle decisioni**

Allineamento con le politiche europee su Smart Destination e turismo sostenibile





PREMESSA E CONTESTO (PITER "PAYSAGE+")

Il PITER "PAYSAGE+" (Piano Integrato Territoriale – Programma Interreg Francia-Italia ALCOTRA 2021-2027) è un ampio programma di cooperazione transfrontaliera che coinvolge enti italiani e francesi con l'obiettivo di valorizzare i paesaggi, le aree rurali e le comunità locali attraverso politiche condivise di sostenibilità, inclusione e turismo responsabile.

Il Piano si articola in diversi progetti singoli coordinati da un Piano di Coordinamento e Comunicazione (PCC), che garantisce la coerenza strategica e la visibilità comune delle azioni sui due versanti delle Alpi.

L'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero (ETLMR) partecipa al PITER "PAYSAGE+" con un doppio ruolo:

- **come partner del PCC, con un budget di € 100.000,00, dedicato alle attività di comunicazione e governance del Piano complessivo;**
- **come capofila del progetto singolo "PAYSAGE+ Aimable", con un budget di € 465.000,00, dedicato alla creazione di un nuovo prodotto turistico transfrontaliero incentrato su paesaggio, natura, benessere e cultura locale.**

Mentre il PCC lavora per rendere il territorio uno spazio accogliente, resiliente e inclusivo attraverso azioni di governance condivisa, il progetto "PAYSAGE+ Aimable" si concentra sulla diversificazione dell'offerta turistica outdoor e sulla promozione di un turismo lento, sostenibile e rispettoso delle comunità locali nei territori della Provincia di Cuneo (per ETLMR: Alta Langa), della Provincia di Imperia e del Dipartimento francese delle Alpi Marittime.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO "PAYSAGE+ AIMABLE"

Capofila: Ente Turismo Langhe Monferrato Roero (ETLMR), con il compito di coordinare la gestione, promuovere la collaborazione tra territori e sviluppare un prodotto turistico condiviso tra Italia e Francia.

Partner di progetto:

Provincia di Cuneo – ATL del Cuneese – Camera di Commercio di Cuneo – Regione Liguria – Direzione Turismo – Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura Riviera di Liguria – Communauté d'Agglomération de la Riviera Française (CARF) – Métropole Nice Côte d'Azur – Chambre de Commerce et d'Industrie de Nice Côte d'Azur (CCI NCA) – Chambre de Métiers et de l'Artisanat Provence-Alpes-Côte d'Azur (CMAR).

Fasi di lavoro:

1) Analisi e costruzione del prodotto (2025-2026)

Mappatura di itinerari, paesaggi e servizi turistici; creazione del Club di Prodotto, una rete di operatori coordinati su cinque ambiti tematici: outdoor, famiglia, wellness, accessibilità ed enogastronomia.

2) Formazione e accompagnamento delle imprese (2026-2027)

Attivazione di percorsi formativi rivolti agli operatori aderenti e ai nuovi potenziali membri del Club, per migliorare la qualità dei servizi, l'accoglienza turistica e l'innovazione.

3) Promozione e messa in valore dell'offerta (2027)

Azioni di promozione B2B e B2C, eventi, materiali digitali e campagne coordinate per valorizzare il nuovo prodotto turistico transfrontaliero e rafforzare l'identità dei territori coinvolti. Elemento trasversale a tutte le fasi è il coinvolgimento attivo delle comunità locali, attraverso laboratori partecipativi e momenti di confronto pubblico.

Stato 2025: avvio del progetto, attivazione gruppi di lavoro, coinvolgimento dei territori, prime azioni di comunicazione e pianificazione degli appuntamenti pubblici.



"PAYSAGE+ AIMABLE": WP2 (gruppo di attività che interessano il primo anno di lavoro, 2025) - Creazione di una nuova offerta turistica transfrontaliera

Obiettivo generale: costruire un nuovo prodotto turistico condiviso tra i territori italiani e francesi, incentrato su esperienze slow e sostenibili, legate a cinque temi principali: outdoor, benessere, enogastronomia, turismo family e accessibilità.

ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'	NOTE
Costruzione dell'équipe di esperti che ideerà il prodotto: specialisti	Mar-Ott	Nominati la Product Manager del progetto e 4 esperti nei settori: turismo digitale, enogastronomia, family e accessibilità, outdoor e wellness.	
Club di Prodotto transfrontaliero: Analisi dell'offerta turistica esistente	Giu-Ott	Sono state analizzate esperienze e servizi turistici locali per creare il "Club di Prodotto", che riunirà operatori con standard di qualità condivisi. Il progetto mira a connettere e valorizzare itinerari esistenti da precedenti Interreg, selezionando quelli più strategici per un'offerta turistica integrata e transfrontaliera.	Obiettivo disciplinare entro estate 2026
Coinvolgimento delle comunità locali: Tour di Aimable a Menton (Francia)	4-6 Apr	Sono stati organizzati tre tipi di incontri rivolti a operatori turistici, amministratori e cittadini/turisti per analizzare l'offerta turistica e le connessioni Italia-Francia. Le attività si sono svolte durante il "Salon International de l'Agrume" di Mentone, raccogliendo opinioni e proposte tramite questionari dedicati.	44 operatori, 50 amministratori, 209 questionari
Coinvolgimento delle comunità: Tour di Aimable a Cortemilia	21-24 Ago	Format analogo, all'interno della Fiera Nazionale della Nocciola. Ottima partecipazione e coinvolgimento locale.	34 operatori, 50 amministratori, 248 questionari
Coinvolgimento delle comunità locali: Tour di Aimable a Nice (Francia)	03-ott	La giornata di lancio del progetto al Parc Phoenix di Nizza con un atelier partecipativo per favorire la collaborazione transfrontaliera. Seguito da incontro istituzionale con amministratori e stakeholder sulle strategie di sviluppo turistico sostenibile. L'evento si è concluso con attività di benessere aperte al pubblico, dedicate al turismo "slow" e al paesaggio	15 operatori, 60 amministratori e stakeholder, 20 partecipanti alle sessioni di yoga e fitness

ALCUNI DATI IN PILLOLE Avvio del progetto Maggio 2025					
Voce	Dato	Voce	Dato	Voce	Dato
Budget totale PCC	€ 710.000,00 (FESR + contropartite)	Budget ETLMR nel progetto AIMABLE	€ 465.000,00	Amministratori e stakeholder coinvolti	160
Budget ETLMR nel PCC	€ 100.000,00	Questionari raccolti da cittadini e turisti nel 2025	457	Eventi pubblici realizzati nel 2025	3 (Menton, Cortemilia, Nice)
Budget totale PAYSAGE+ AIMABLE	€ 2.313.000,00 (FESR + contropartite)	Operatori coinvolti negli atelier del 2025	93		



"PAYSAGE+ AIMABLE": WP2 (gruppo di attività che interessano il primo anno di lavoro, 2025) - Creazione di una nuova offerta turistica transfrontaliera		
ATTIVITA' / AZIONE	PERIODO	DESCRIZIONE ATTIVITA'
Coinvolgimento delle comunità locali: Tour di Aimable a Mondovì	26 gen e 2 febb 2026	Laboratori partecipativi con operatori, amministratori e cittadini per validazione offerta e raccolta suggerimenti
Coinvolgimento delle comunità locali: Tour di Aimable nell'entroterra Imperiese	mag-26	Laboratori partecipativi con operatori, amministratori e cittadini per validazione offerta e raccolta suggerimenti
Coinvolgimento delle comunità locali: Tour di Aimable a Ormea	mag-26	Laboratori partecipativi con operatori, amministratori e cittadini per validazione offerta e raccolta suggerimenti
Definizione disciplinare Club di Prodotto	Gen–Giu 2026	Stesura del regolamento e criteri di adesione del Club, rete di operatori e standard qualitativi condivisi
Prime adesioni Club di Prodotto	Mag–Giu 2026	Raccolta delle adesioni dei primi operatori al Club
Avvio produzione materiale informativo e promozionale: (shooting, video promo)	Estate 2026	Realizzazione di shooting fotografici e video promozionali che costituiranno la base per le attività di valorizzazione e promozione del prodotto turistico previste nel 2027, tra cui partecipazione a Buy sul turismo lento, fiere di settore, press tour e il grande evento Trail Plus_Aimable, finalizzati a incrementare la visibilità, attrarre visitatori e consolidare l'identità transfrontaliera del progetto.

"PAYSAGE+ AIMABLE": WP3 (gruppo di attività che interessano il secondo anno di lavoro, 2026) - Formazione delle imprese aderenti al CdP o che intendono aderire			
<u>Obiettivo generale</u> : progettazione e realizzazione di percorsi di apprendimento dedicati agli operatori già aderenti al Club di Prodotto e ai nuovi potenziali membri, con l'obiettivo di migliorare la qualità dei servizi offerti, potenziare l'accoglienza turistica e favorire l'adozione di soluzioni innovative, rafforzando così la competitività e l'attrattiva delle destinazioni coinvolte.			
Formazione operatori – corsi tematici	Autunno - Inverno 2026	Percorsi formativi per operatori aderenti e potenziali: qualità, accoglienza, sostenibilità e innovazione digitale	Numero corsi: da definire; partecipanti stimati: da definire





AREA PROGETTAZIONE 2025

N. progetti presentati: 17

ENTE FINANZIATORE	TITOLO PROGETTO	BANDO	VALORE ECONOMICO
Fondazione CRC	Food & Wine Tourism Forum 2025 - "NEXT - Il futuro non aspetta. Il futuro si immagina. Insieme, con chi guarda lontano e adesso"	Bando generale 2025	€ 85.000,00
Fondazione CRC	CLUB DI PRODOTTO BIKE: formazione Gravel Experience	Bando Primavera 2025	€ 10.000,00
Fondazione CRC	PROGETTO AMBASSADOR 5.0	Bando Primavera 2025	€ 10.000,00
Fondazione CRC	RE-BANNER - Rinascita creativa: dalle trame di eventi a fili di sostenibilità	BANDO PERCORSI DI SOSTENIBILITA' 2025 - MISURA 2 - Economia circolare e transizione ecologica	€ 25.000,00
Fondazione CRC	Progetto formazione per la specializzazione e l'innovazione turistica degli operatori	Bando Autunno 2025	€ 10.000,00
Fondazione CRC	ACCOGLIENZA: itinerari tematici e strumenti per i turisti delle Colline UNESCO	Bando Autunno 2025	€ 10.000,00
Fondazione CRC	Certificazione GSTC	Cabina di Regia ATL LMR (capofila) + ATL Cuneese (su 3 anni)	€ 1.030.000,00
Fondazione CR Asti	Douja d'Or	Bando Generale 2025	€ 15.000,00
Consulta Fondazioni	Food&Wine Tourism Forum 2025	2025	€ 25.000,00
Cam . Com Alessandria e Asti	La Douja D'Or 2025: una grande storia italiana, pronta a parlare al mondo	2025	€ 115.000,00
Regione Piemonte – Settore Foreste	Tutte le stagioni del tartufo: focus Langhe, Monferrato e Roero	Bando Tartufo Nero	€ 16.000,00
Regione Piemonte	Art 21 - "LMR 2025–2026: Strategie integrate per la competitività turistica del territorio"	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 120.000,00
Regione Piemonte	Art 21 - ECOSISTEMA LMR – Dalla comunicazione alla conoscenza	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 120.000,00
Regione Piemonte	IAT 2025	IAT	€ 301.305,82
Regione Piemonte	Art 20	Art. 20 L.R. 14/2016	€ 53.453,95
Ministero della Cultura	Focus On Landscape	Bando Strategia Fotografia	€ 100.000,00
Ministero della Cultura	750 Anni di Palio di Asti	Bando Progetti Audiovisivi Art. 27	€ 100.000,00
VALORE ECONOMICO DELLA RICHIESTA: € 2.145.759,77			



AREA PROGETTAZIONE 2025

ALTRI PROGETTI REDATTI E IN ATTESA DI APPROVAZIONE

FONDAZIONE CRC – CABINA DI REGIA	“Creatori di Comunità – Restare, Tornare, Scegliere le radici vive di Langhe, Roero e terre alte cuneesi”	In collaborazione con VisitCuneese - triennale	€ 600.000,00
FONDAZIONE CRC – CABINA DI REGIA	Turismo culturale tra Letteratura, Arte e Patrimonio storico	In collaborazione con VisitCuneese - triennale	€ 750.000,00
FONDAZIONE CRC – CABINA DI REGIA	Turisti per Cure” - Langhe Roero e Cuneese Hospitality	In collaborazione con VisitCuneese - triennale	€ Non ancora valutato
FONDAZIONE CRC – CABINA DI REGIA	Sistema integrato di comunicazione e promozione per le attività outdoor in provincia di Cuneo	In collaborazione con VisitCuneese - triennale	€ Non ancora valutato
Comune di Canelli	Gestione ufficio informazioni	Progetto per Affidamento diretto	€ Non ancora valutato
Comune di Canelli	Gestione per attivazione percorsi di formazione per operatori	Progetto per Affidamento diretto	€ Non ancora valutato
Regione Piemonte, Provincia di Cuneo, Camera di Commercio Cuneo, Aeroporto Levaldigi, Fondazione CRC + vari	LEVALDIGI - PROGETTO DI RILANCIO – ROAD MAP OPERATIVA Aeroporto di Cuneo – Porta del Sud Piemonte – Un territorio da vivere - Co-marketing compagnie aeree, Marketing territoriale e B2B, Sviluppo prodotto e integrazione territoriale, Governance, coordinamento e monitoraggio	in collaborazione con VisitCuneese	€ 2.200.000,00
Regione Piemonte – Ass. Cultura	PIEMONTE CONTEMPORANEO - Il viaggio verso Alba Capitale	Progetto di comunicazione integrata per il 2026	€ Non ancora valutato
Fondazione CR - Asti	ASTI CONTEMPORANEA	Progetto per Asti Capitale Sorella 2027	€ Non ancora valutato
Camera di Commercio Alessandria Asti	Douja d’Or 2026: Riscoprire Asti, Celebrare il Vino	Progetto in fase di valutazione – Ed. Douja d’or 2026	€ 800.000,00

AREA PROGETTAZIONE 2025

PROGETTI REDATTI PER SOGGETTI TERZI

PER FONDAZIONE MOS SU BANDO MINISTERO DELLA CULTURA	RURAL ROCK MONFERRATO & l’eredità narrativa di Massimo Cotto– Festival diffuso tra musica, cultura visiva e territorio con mostra itinerante Pictures of You	Progetto per bando Ministeriale – elaborazione e stesura.	€ 65.000,00 in attesa di esito
PER ASS. CATTARTE –FONDAZIONE CRC	Progetto «ON Air – Sulle Onde di Massimo Cotto Premio per la Narrazione Musicale innovativa & emergente”	Bando Generale – elaborazione e stesura	€ 80.000,00 Non finanziato
ENOTECA DI MANGO	Progetto Valorizzazione Enoteca di Mango	Non determinato	Non determinato





AREA PROGETTAZIONE 2025			
N. progetti assegnati: 11 (come contributi) + 9 (come forniture di servizi o sponsorizzazioni)			
Fondazione CRC	Food & Wine Tourism Forum 2025 - “NEXT - Il futuro non aspetta. Il futuro si immagina. Insieme, con chi guarda lontano e adesso”	Bando generale 2025	€ 40.000,00
Fondazione CRC	CLUB DI PRODOTTO BIKE: formazione Gravel Experience	Bando Primavera 2025	€ 7.000,00
Fondazione CRC	ACCOGLIENZA: itinerari tematici e strumenti per i turisti delle Colline UNESCO	Bando Autunno 2025	€ 8.000,00
Fondazione CR Asti	Douja d’Or	2025	€ 15.000,00
Consulta delle Fondazioni	Food&Wine Tourism Forum 2025	2025	€ 25.000,00
Camera di Commercio di Alessandria e Asti	La Douja D'Or 2025: una grande storia italiana, pronta a parlare al mondo	2025	€ 115.000,00
Regione Piemonte – Settore Foreste	Tutte le stagioni del tartufo: focus Langhe, Monferrato e Roero	Bando Tartufo Nero	€ 16.000,00
Regione Piemonte	IAT 2025	IAT	€ 301.305,82
Regione Piemonte	Art 21 - "LMR 2025–2026: Strategie integrate per la competitività turistica del territorio"	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 120.000,00
Regione Piemonte	Art 21 - ECOSISTEMA LMR – Dalla comunicazione alla conoscenza	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 120.000,00
Regione Piemonte	Art 20	Art. 20 L.R. 14/2016	€ 53.453,95
Banca d’Alba	Mice	2025	€ 15.000,00
Unione dei comuni Colline di Langa e del Barolo (capofila)	Bikeland - Unione montana Alta Langa, Unione Montana Alta Val Tanaro, Unione Montana delle Valli Mongia e Cevetta Langa Cebana Alta Valle	Fondazione CRC (ETLMR é fornitore)	€ 75.000,50
Comune di Canelli (Ministero del Turismo)	Un patrimonio da raccontare	Bando UNESCO (ETLMR é fornitore)	€ 104.213,15
Comune di Alba	Attività di focal point Alba Città Creativa UNESCO. Coordinamento progetti speciali legati al rinascimento, partecipazione eventi dedicati	2025	€ 20.000,00
ASP SPA	Sponsorizzazione Douja	2025	€6.100,00
BANCA DI ASTI	Sponsorizzazione Douja	2025	€ 10.000,00
Comune di Asti	Comunicazione Douja e settembre Astigiano	2025	€ 31.049,00
Fondazione CRC	Coordinamento prog. Sistema provinciale culturale e turistico integrato	2025	€ 15.000,00
Turismo Torino	Progetto Residenze Sabaude - Un Territorio da Re	2025	€ 3.500,00
VALORE ECONOMICO DELLA PROGETTAZIONE 2025: € 1.100.622,42			





AREA PROGETTAZIONE 2025			
N. progetti rendicontati: 13			
Fondazione CRC	Storytelling & nuovi target. I podcast: strumenti per un turismo responsabile e sostenibile	Bando Primavera 2024	€ 8.000,00
Fondazione CRC	Food & Wine Tourism Forum 2025 - “NEXT - Il futuro non aspetta. Il futuro si immagina. Insieme, con chi guarda lontano e adesso”	Bando generale 2025	€ 40.000,00
Fondazione CRC	CLUB DI PRODOTTO BIKE: formazione Gravel Experience	Bando Primavera 2025	€ 7.000,00
Fondazione CR Asti	Douja d’Or	2025	€ 15.000,00
Consulta Fondazioni	Food&Wine Tourism Forum 2025	2025	€ 25.000,00
Cam. Com Alessandria e Asti	La Douja D’Or 2025: una grande storia italiana, pronta a parlare al mondo	2025	€ 115.000,00
Regione Piemonte	Art 21 - Arte, Cultura e Sostenibilità in Monferrato: un grande evento e azioni strategiche per un nuovo posizionamento della destinazione	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 260.000,00
Regione Piemonte	Art 21 - Eccellenze di Langhe Monferrato Roero. Enogastronomia, paesaggio e cultura: le nuove frontiere del lusso, la piacevolezza di una destinazione a misura di famiglia	Art. 21 L.R. 14/2016	€ 120.000,00
Regione Piemonte	IAT 2025	IAT	€ 301.305,82
Regione Piemonte – Settore Foreste	Tutte le stagioni, le terre e le sfumature del tartufo	Bando Tartufo Nero	€ 25.000,00
Regione Piemonte – Settore Foreste	Radici, profumi e sostenibilità: viaggio sensoriale alla scoperta del Tartufo Bianco del Piemonte	Bando Tartufo Bianco	€ 12.000,00
Unione dei comuni Colline di Langa e del Barolo (capofila)	Bikeland - Unione montana Alta Langa, Unione Montana Alta Val Tanaro, Unione Montana delle Valli Mongia e Cevetta Langa Cebana Alta Valle Bormida	Fondazione CRC (ETLMR è fornitore)	€ 74.999,50
Comune di Canelli (Ministero del Turismo)	Un patrimonio da raccontare	Bando UNESCO (ETLMR è fornitore)	€ 104.213,15

N. progetti non approvati: 4			
Fondazione CRC	PROGETTO AMBASSADOR 5.0	Bando Primavera 2025	€ 10.000,00
Fondazione CRC	RE-BANNER - Rinascita creativa: dalle trame di eventi a fili di sostenibilità	BANDO PERCORSI DI SOSTENIBILITA' 2025 - MISURA 2	€ 25.000,00
Fondazione CRC	Progetto formazione per la specializzazione e l’innovazione turistica degli operatori	Bando Autunno 2025	€ 10.000,00
Ministero della Cultura	Focus On Landscape	Bando Strategia Fotografia	€ 100.000,00
N. progetti in attesa di assegnazione: 1			
Ministero della Cultura	750 Anni di Palio di Asti	Bando Progetti Audiovisivi Art. 27	€ 100.000,00
VALORE ECONOMICO DEI PROGETTI IN ATTESA DI ASSEGNAZIONE: € 100.000			





AREA/UFFICIO:	Area Progettazione
REFERENTE/I:	Wanda Migliore (redazione) – Marta Viglino (rendicontazione)
<u>N. 6 progetti in fase di attuazione e rendicontazione</u>	
- FONDAZIONE CRC:	
• “Turismo & sostenibilità coltiviamo e tuteliamo insieme il patrimonio tartufigeno” • “Accoglienza: itinerari tematici e strumenti per i turisti delle Colline UNESCO”	
- REGIONE PIEMONTE:	
• “Tutte le stagioni del tartufo: focus Langhe, Monferrato e Roero” • Grandi Eventi • Art 21 - "LMR 2025–2026: Strategie integrate per la competitività turistica del territorio« • Art 21 – "ECOSISTEMA LMR – Dalla comunicazione alla conoscenza"	
<u>Sportelli in cui presentazione candidature</u>	
- Fondazione CRC	
• Bando Primavera 2026 – gennaio 2026 • Bando Generale 2026 – febbraio 2026 • Bando Autunno 2026 – giugno 2026 • Progetti Cabina di Regia	
- Fondazione CR Asti	
▪ Bando “Cultura e territorio” – marzo/aprile 2026 ▪ Bando richieste ordinarie – aprile/maggio 2026	
- Consulta delle Fondazioni di origine bancaria del Piemonte e della Liguria	
- Fondazione CRT	
- Regione Piemonte	
• “Grandi Eventi” – settembre 2026 • “Art 21” – settembre 2026 • “IAT” – novembre 2026	
- Ministero della Cultura	
• Bando Strategia Fotografia • Bando Progetti speciali Audiovisi	
<u>Altri bandi</u>	
• sostegno ai soggetti candidati a progetti Fondazione San Paolo e Fond. CRC • Bandi Europei (Scandinavia/Sostenibilità)	
<u>Ipotesi valore economico delle richieste: 2.000.000 €</u>	
<u>Ipotesi valore economico dei contributi: 1.200.000 €</u>	



AREA/UFFICIO:	Area Progettazione
Progettazione e coordinamento Douja D’Or 2025	
Progettazione e coordinamento Evento – Attualizzazione del Food & Wine Tourism Forum 2025	

AZIONE	FORMAZIONE PER STUDENTI	PARTECIPANTI
Progetto A spasso con Toju e Tabuj	Formazione dedicata ai bambini delle scuole primarie. Bacheca formazione Comune di Asti	808 studenti + insegnanti
La tua città’... una lunga e affascinante storia	Formazione dedicata ai bambini delle scuole secondarie di primo grado. Bacheca formazione Comune di Asti	163 studenti + insegnanti
Conosci la tua città	Formazione dedicata ai bambini delle scuole secondarie di secondo grado. Bacheca formazione Comune di Asti + on demand studenti Istituti Alba e Bra	238 studenti + insegnanti
Progetto PCTO	Formazione on demad per Istituti scolastici di secondo grado in LMR (Bra e Asti)	145 studenti
Studenti partecipanti attività didattiche scuole		1.354
AZIONE	FORMAZIONE PER OPERATORI	PRESENZE
Toolkit F& W	Trend e mercati: focus mercato Cinese	20
Appuntamento istituzionale	Presentazione online del Position Paper & Action Plan	98
Toolkit F& W	Trend e mercati: Dog hospitality Strumenti e protocolli per accogliere con professionalità i turisti e i loro amici a 4 zampe	20
5° Corso Progetto UNESCO	Digital marketing e social media per wine experience sostenibili	30
Appuntamento istituzionale	Presentazione PROGETTO AMBASSADOR LMR	108
PROGETTO Tutte le Stagioni del Tartufo	Formazione per professionisti guide e accompagnatori (3 atl)	42
PROGETTO Tutte le Stagioni del Tartufo	Formazione per addetti ai servizi di informazione e accoglienza turistica (3ATL)	53



AZIONE	FORMAZIONE PER OPERATORI	PARTECIPANTI
Appuntamento istituzionale	Lybra presentazione dati - 2 ° appuntamento - dati di primavera	46
PROGETTO AMBASSADOR LMR	Scheda profilazione	73
SESSIONE EXTRA PROGETTO Tutte le Stagioni del Tartufo	FORMAZIONE PER PROFESSIONISTI guide e accompagnatori ne	28
6 ° Corso Progetto UNESCO	Promuovere le esperienze enoturistiche con la fotografia emotiva	15
7 ° Corso Progetto UNESCO	MERCATI: le tendenze di viaggio degli enoturisti scandinavi	48
Formazione Sostenibilità	Incontro con esperti per certificazioni europee	12
PROGETTO Tutte le Stagioni del Tartufo	FORMAZIONE PER PROFESSIONISTI guide e accompagnatori	25
Formazione Bike	MASTERCLASS per accompagnatori cicloturistici di LMR	16
8 Corso Progetto UNESCO	BUONE PRATICHE: LA NARRAZIONE DEI PAESAGGI PROSECCO	23
Formazione guide turistiche	Alla scoperta del GEOSITO DI CORTIGLIONE Educational tour per operatori	7
Appuntamento istituzionale	Lybra presentazione dati - 3 ° appuntamento - dati ESTATE 2025	49
Appuntamento istituzionale	Lybra presentazione dati - 4 ° appuntamento - dati AUTUNNO	45
Toolkit F& W	Storytelling gentile: la cassetta degli attrezzi per scegliere le parole giuste e comunicare con empatia	40
Partecipanti formazione per operatori turistici		798

AZIONE	FORMAZIONE PER OPERATORI	PARTECIPANTI
FORMAZIONE CLUB DI PRODOTTO (CON AREA PRODOTTO)		
Family gennaio febbraio	Giornate di Formazione CDP Family	23
Family marzo	Giornate di Formazione CDP Family	27
Family aprile – maggio	Giornate di Formazione CDP Family	31
Bike	4 weekend di formazione Gravel con uscite	56
Wedding	2 giornate	41
Partecipanti formazione Club di prodotto		178
	FORMAZIONE FOOD & Wine T.F. 2025	Partecipanti
Toolkit	Enoturismo e esperienze gastronomiche: come l'AI aiuta il tuo lavoro e migliora la promozione	25
Toolkit	Instagram & TikTok: come Raccontare Vino, Ospitalità e Territorio - Strategie e Idee	60
Toolkit	Rivoluzione AI: potenziare marketing e management nel settore hospitality	60
Partecipanti formazione Food&Wine 22 giugno		145

AREA/UFFICIO:	Area Progettazione
INVIO NEWS LETTER INFORMAZIONE	
Cadenza bimensile – nr. contatti circa 8.000	

PERCORSO h	FORMAZIONE PERSONALE ATL	Ore erogate
Attività di team building e predisposizione piano operativo 2025 - barolo	Partecipanti: 26 dipendenti Durata: 1 Giornata	208
Corso di formazione deep trend - blue eggs	Partecipanti: 14 dipendenti - Durata: 5 ore	70
Competenze digitali - tecniche base di creazione contenuti digitali – intelligenza artificiale applicata al turismo - fondo impresa	Partecipanti: 13 dipendenti Durata: 32 ore	416
Montaggio Video Digitale Premiere IED MILANO	Partecipanti: 1 dipendente Durata: 32 ore	32
Formazione Digitale Seo - Youtube	Partecipanti: 2 - Durata: 33 ore	66
INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELL'OSPITALITA' – Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 3 Durata: 4 h	12
AI PER IL MARKETING E I SOCIAL - Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 4 Durata: 4h	16
Formazione Volontari Servizio Civile	Partecipanti: 3 Durata: Varie giornate	240
GUEST EXPERIENCE E GESTIONE DELLE RECENSIONI - Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 2 Durata: 4	8
GESTIONE DEL TEAM MULTIGENERAZIONALE Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 1 Durata: 4 h	4
RICERCA DEL PERSONALE Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 1 Durata: 4h	4
STRATEGIE DI PRICING E VENDITA Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 1 Durata: 4h	4
VENDERE IL LUSO: DETTAGLI E SERVIZIO D'ECCELLENZA Giornate di Formazione Consorzio Langhe Experience	Partecipanti: 4 Durata: 4 h	16
Formazione Consorzio Langhe Experience - TRASFERTA SITE INSPECTION	Partecipanti: 1 Durata: 24h	24
Partecipazione TOOLKIT F & W	Partecipanti: vari Durata: vari moduli	92
TEAM BUILDING & SITE INSPECTION FRIULI VG	Partecipanti: 15 Durata: 36 h	540
FORMAZIONE GESTIONALE SEQUAR	Partecipanti: 9 Durata: 4 h	36
FORMAZIONE GESTIONALE INFINITY	Partecipanti: 3 Durata: Varie giornate	190
FOR HUMANS IN PRESENZA E ONLINE	Partecipanti: Vari front office Durata: Varie giornate	96
Formazione Personale Interinale Front Office	Partecipanti: 3 Durata: Varie giornate	150
Formazione Volontari Servizio Civile	Partecipanti: 3 Durata: Varie giornate	240
Formazione Tirocinanti	Partecipanti: 3 Durata: Varie giornate	160
TOTALE ORE DI FORMAZIONE PERSONALE ATL		2.624



AREA/UFFICIO:	Area Progettazione
Progettazione e coordinamento Douja D’Or 2026	
Progettazione e coordinamento Nuovo Evento Tema digitale & Turismo	
Progetto Certificazione GSTC	

AREA/UFFICIO:	Area Sviluppo – Uff. Formazione
Formazione interna	Nel 2026 il settore Formazione assume un ruolo centrale come strumento di crescita e qualificazione del sistema turistico territoriale. Previsti percorsi di aggiornamento continuo per tutto il personale dell’Ente su gestionali, CRM, comunicazione digitale, progettazione europea, sostenibilità e amministrazione.
Formazione operatori turistici	Programmi formativi realizzati in collaborazione con enti e associazioni di categoria, dedicati a temi chiave come revenue e pricing, storytelling digitale, sostenibilità e hospitality management, per accrescere la competitività del settore.
Formazione scuole e studenti	Attività rivolte a studenti e istituti scolastici per diffondere conoscenze sul turismo sostenibile, il marketing territoriale e la valorizzazione dei patrimoni UNESCO.
Servizio Civile	Coordinamento e tutoraggio dei volontari, con prosecuzione del progetto 'Accogliere, informare, progettare: una rete per il turismo e la cultura in ottica di inclusività e sostenibilità' e avvio di un nuovo programma con i Comuni di Asti e Alba.
Tirocini universitari	Gestione di tirocini in collaborazione con atenei piemontesi e nazionali, per offrire esperienze formative in ambiti quali comunicazione, progettazione turistica e data management.
Invio newsLetter	Con cadenza bimensile “NL InFormazione”

Attività	Descrizione	Dati
Progetto Servizio Civile	Wanda Migliore – Nella Carnevale	3 Volontari da maggio 2025 a aprile 2026
Tirocini Curriculari e Extracurriculari	Bruno Bertero - Wanda Migliore	3 tirocinanti per la durata di 6 mesi cad.
Redazione Action Plan e Recap attività	Bruno Bertero - Wanda Migliore	Documenti per
Invio News Letter	Cadenza bimensile	Tasso di apertura 45 %





Voci a bilancio	RICAVI 2026	RICAVI 2027
Contributi Art. 2615ter C.C. (Art. 11 Statuto Sociale) Proposta moltiplicatore 24	1.680.000 €	1.680.000 €
Regione Piemonte - Contributo Uffici IAT	301.000 €	301.000 €
Regione Piemonte Grandi Eventi	50.000 €	60.000 €
Regione Piemonte art 21	225.000 €	240.000 €
Regione Piemonte Tartufo Nero	0.00 €	0.00 €
Regione Piemonte Tartufo Bianco	0.00 €	0.00 €
Interreg Alcotra	700.000 €	700.000 €
Fondazioni Progetti Speciali Cabina di Regia CRC	100.000 €	150.000 €
Fondazione CRC generale e altri Bandi (autunno/Primavera)	40.000 €	30.000 €
Progetti Ministeriali	40.000 €	0
Imposta di soggiorno	45.000 €	45.000 €
Ricavi per servizi	130.000 €	130.000 €
Vendita dei Servizi	76.000 €	76.000 €
Totale	3.387.000 €	3.412.000 €

Voci a bilancio	COSTI 2026	COSTI 2027
Formazione	55.000 €	55.000 €
Comunicazione	120.000 €	155.000 €
Promotion	160.000 €	160.000 €
Marketing	250.000 €	255.000 €
Prodotto	140.000 €	145.000 €
Gestione servizi	70.000 €	75.000 €
Interreg Alcotra	700.000 €	700.000 €
Web rifacimento siti	30.000 €	30.000 €
Visual immagini video e foto	80.000 €	60.000 €
Allestimento punti info	20.000 €	10.000 €
Assistenza alla commercializzazione	40.000 €	40.000 €
Assistenza progetti europei	40.000 €	40.000 €
Spese generali e area amministrazione	453.000 €	458.000 €
Personale	1.150.000 €	1.150.000 €
Emolumenti Collegio Sindacale e Organismo di Vigilanza	36.000 €	36.000 €
Contributi associativi	43.000 €	43.000 €
Totale	3.387.000 €	3.412.000 €



Grazie!

