

Vivi la tua *Lago Maggiore Experience*



ANNUAL REPORT 2021

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

GOLFO BORROMEO DEL LAGO MAGGIORE
FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI



**DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI**



Lago Maggiore
Lago d'Orta
Lago di Mergozzo
Monti e Valli d'Ossola



WWW.DISTRETTOLAGHI.IT – WWW.LAGOMAGGIOREXPERIENCE.IT

INDICE DEI CONTENUTI

01 PREFERAZIONE

Messaggio del Presidente / I Nostri Numeri / Dati Turistici 2021

02 COMUNICAZIONE

La Mission / Supporti alla Comunicazione / Media Partner / Campagne di Comunicazione / Pubblicazioni / Archivio Multimediale

03 PUBBLICHE RELAZIONI

Educational Tours / Fiere e Workshops / Parlano di Noi / Film Commission Torino Piemonte

04 PROMOZIONE DIGITALE

Supporti Digitali / I Numeri del Sistema / Le novità di lagomaggioreexperience.it / Web Analytics

05 PROGETTI SPECIALI

Neveazzurra / Snow Trek / Webcam / 4 Seasons / DESy / Laghi e Monti Bike / Bicipeloacqua / Attività e progetti con Regione Piemonte

06 SUPPORTO E COLLABORAZIONI

Il Nostro Supporto / Incontri Formativi / Patrocini / Coordinamento e Sostegno / Ufficio IAT del DTL

07 MEDIA EXPOSURE

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



MACUGNAGA – VALLE ANZASCA
FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI



PREMESS@



- ✓ MESSAGGIO DEL PRESIDENTE
- ✓ I NOSTRI NUMERI
- ✓ DATI TURISTICI 2021

MESSAGGIO DEL PRESIDENTE

E' con grande piacere che mi accingo a presentare il «Report delle Attività» 2021, frutto di un lungo lavoro molto impegnativo e intenso.



Il Distretto Turistico dei Laghi, anche per quest'anno, ha saputo interpretare nel migliore dei modi le strategie di accoglienza, comunicazione e promozione confrontandosi in modo efficace con gli interlocutori che rappresentano il nostro mercato turistico.

Con uno sforzo importante sono stati superati tutti gli obiettivi. Da evidenziare l'ottimo risultato ottenuto con l'incremento del capitale sociale che è passato da € 103.483 a € 158.965.

Tutto ciò è stato reso possibile grazie ai Soci dell'ATL che hanno creduto, appoggiato e sostenuto questa iniziativa.



Il Consiglio di Amministrazione del Distretto Turistico dei Laghi è riuscito a realizzare in pieno tutti i suoi progetti grazie alla professionalità del personale dipendente e dei collaboratori.

Quest'anno finalmente siamo ritornati in presenza anche alle fiere facendo sentire con forza ed efficacia la nostra capacità di comunicazione in rappresentanza di una delle mete turistiche che da sempre si colloca tra le prime scelte in Piemonte e in Italia.

*Francesco Gaiardelli
Presidente*



RICETTIVITÀ TURISTICA: I NUMERI DEL NOSTRO TERRITORIO

Fonte: Distretto Turistico dei Laghi – Per le locazioni turistiche: ROSS 1000 - Dati aggiornati al 31 marzo 2022



COMUNI



STRUTTURE RICETTIVE



NEL DETTAGLIO



POSTI LETTO



NUOVE LOCAZIONI
TURISTICHE

- ❖ **COMUNI:** 94 Comuni, 74 della Provincia di Verbania e 20 della Provincia di Novara
- ❖ **STRUTTURE RICETTIVE:** 909 Strutture Ricettive, 261 Strutture Alberghiere, 648 Strutture Extra-Alberghiere
- ❖ **NEL DETTAGLIO:** 261 Alberghi e RTA, 146 Affittacamere, 31 Agriturismi con capacità ricettiva, 18 Alloggi Vacanze, 234 B&B, 53 Campeggi, 26 Case per Ferie, 91 Case e Appartamenti Vacanze, 5 Ostelli, 2 Residenze di Campagna, 41 Rifugi e 1 Struttura Ricettiva Innovativa
- ❖ **POSTI LETTO:** Totale Posti Letto: 49.385 di cui: 15.901 nel settore alberghiero e 33.484 nel settore extra-alberghiero
- ❖ **NUOVE LOCAZIONI TURISTICHE:** 2.099 registrate al 31/03/2022. Dall' 01/10/2019 è attivo online il servizio Locazioni Turistiche così come stabilito dalla Legge Regionale n.13/17. Il contratto di locazione turistica ha una durata limitata nel tempo e soddisfa esigenze abitative temporanee per l'unica finalità turistica: il locatore si obbliga a concedere al conduttore-turista, per un periodo limitato di tempo, un diritto personale di godimento su di un immobile per il fine di una vacanza, in cambio di un corrispettivo.

FLUSSI TURISTICI DTL 2021

Fonte: Osservatorio Province del VCO e Novara

Arrivi e Presenze

Strutture ricettive e provenienza

Arrivi/Presenze

L'elaborazione dei dati rilevati nelle strutture ricettive del territorio del Distretto Turistico dei Laghi e raffrontati con quelli dello scorso anno, ci consente di affermare che nel 2021 si è ufficialmente registrata una ripresa del turismo post pandemia:

◆ **Arrivi DTL: 794.243**

(3.542.731 in Piemonte)

◆ **Presenze DTL: 2.801.086**

(9.872.294 in Piemonte)

◆ **Permanenza media: 3,53 giorni**

(2,8 giorni in Piemonte)

Presenze in riferimento alla struttura ricettiva

Il trend positivo è stato confermato sia per il settore alberghiero che per quello extralberghiero:

◆ **Alberghiero: 1.046.899** (al 37,37 %)

◆ **Extra Alberghiero: 1.754.187** (62,63%)

Presenze in riferimento alla nazionalità:

La componente internazionale ha registrato un significativo aumento delle presenze così come il mercato italiano con più presenze rispetto al 2020:

◆ **Italiani: 851.494 (30,40%)**

◆ **Stranieri: 1.949.592 (69,60%)**



Le prime 5 presenze straniere

I paesi indicati nell'elenco qui sotto rappresentano il 91,3% delle presenze complessive della componente turistica straniera. Le limitazioni della mobilità globale, anche per l'anno 2021, hanno determinato una diminuzione dei visitatori internazionali. Si sono quasi azzerate le presenze di turisti provenienti da oltreoceano.

◆ **Germania: 51%**

◆ **Paesi Bassi: 19,1%**

◆ **Svizzera: 11,4%**

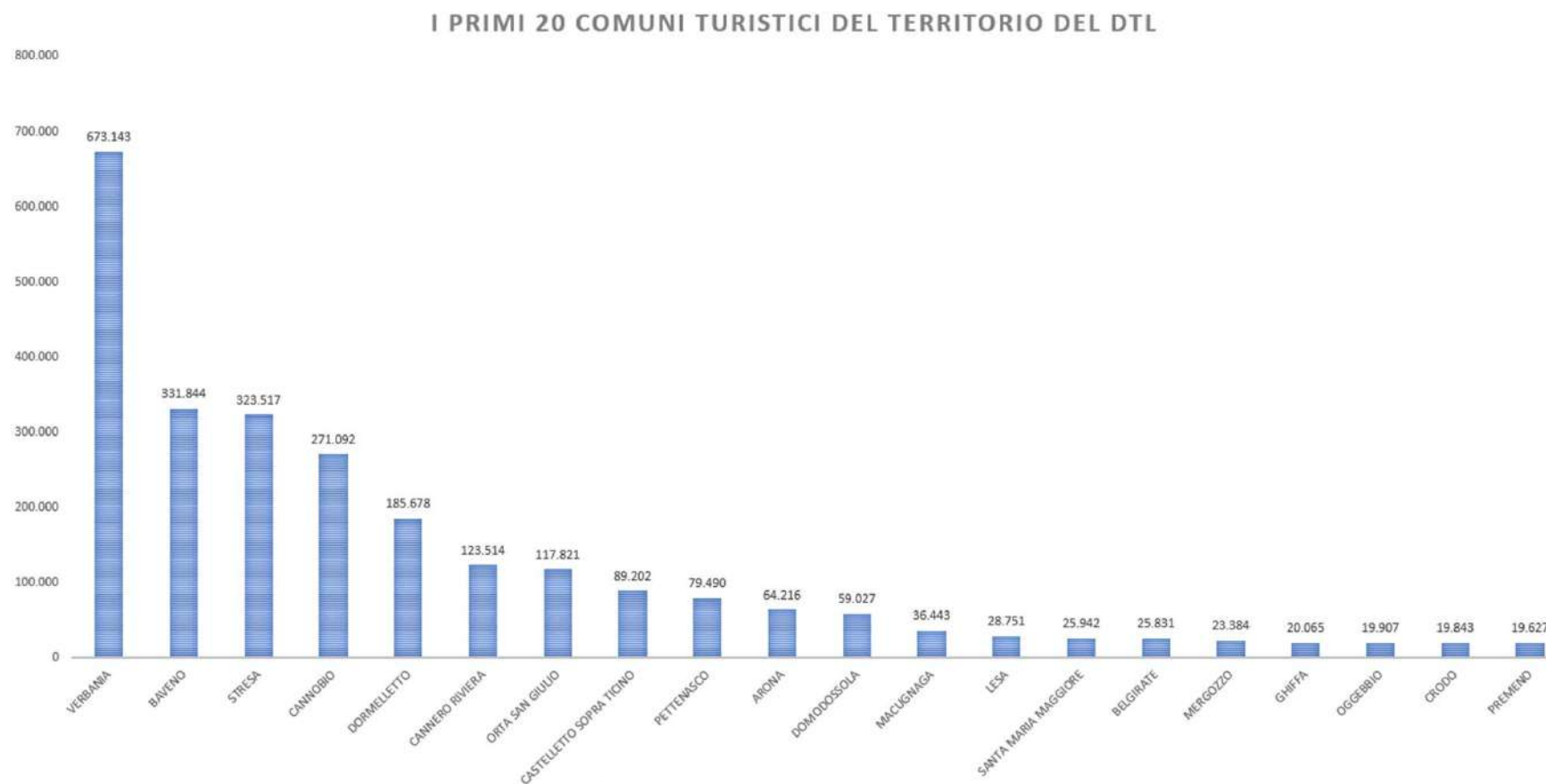
◆ **Francia: 6,7%**

◆ **Regno Unito: 3,1%**

FLUSSI TURISTICI 2021: UN'ANALISI SUL TERRITORIO DEL DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI

I PRIMI 20 COMUNI DEL DTL PER PRESENZE TURISTICHE 2021

Fonte: Osservatorio Province del VCO e Novara



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



FLUSSI TURISTICI 2021: MOVIMENTI TURISTICI PER TERRITORIO

ATL DEL PIEMONTE

Fonte: elaborazione OTRP su base dati Regione Piemonte

Territorio	2019		2020		2021		2021 vs 2020		2021 vs 2019	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ATL Turismo Torino e Provincia	2.572.383	7.233.639	942.882	3.031.133	1.441.126	4.003.716	52,8%	32,1%	-44,0%	-44,7%
ATL Distretto Turistico dei Laghi	1.121.902	3.780.078	524.389	1.782.099	794.243	2.801.086	51,5%	57,2%	-29,2%	-25,9%
ATL Langhe Monferrato Roero	546.924	1.162.462	249.468	561.630	469.808	1.028.036	88,3%	83,0%	-14,1%	-11,6%
ATL del Cuneese	371.228	1.108.926	224.761	673.834	264.854	710.871	17,8%	5,5%	-28,7%	-35,9%
ATL Alexala	326.999	668.646	145.738	339.224	236.313	530.032	62,1%	56,2%	-27,7%	-20,7%
ATL Biella Valsesia e del Vercellese	193.298	509.710	112.096	332.174	171.032	429.526	52,6%	29,3%	-11,5%	-15,7%
ATL di Novara	239.507	469.354	114.514	251.024	165.355	369.027	44,4%	47,0%	-31,0%	-21,4%
Totale Piemonte	5.372.241	14.932.815	2.313.848	6.971.118	3.542.731	9.872.294	53,1%	41,6%	-34,1%	-33,9%



CASCATA DEL TOCE – VALLE FORMAZZA
FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI

COMUNIC@ZIONE



- ✓ LA MISSION
- ✓ SUPPORTI ALLA COMUNICAZIONE
- ✓ MEDIA PARTNER
- ✓ CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE
- ✓ PUBBLICAZIONI E ARCHIVIO MULTIMEDIALE



LA MISSION: ATTIVITÀ INCENTRATA SU 4 OBIETTIVI E ATTIVITÀ

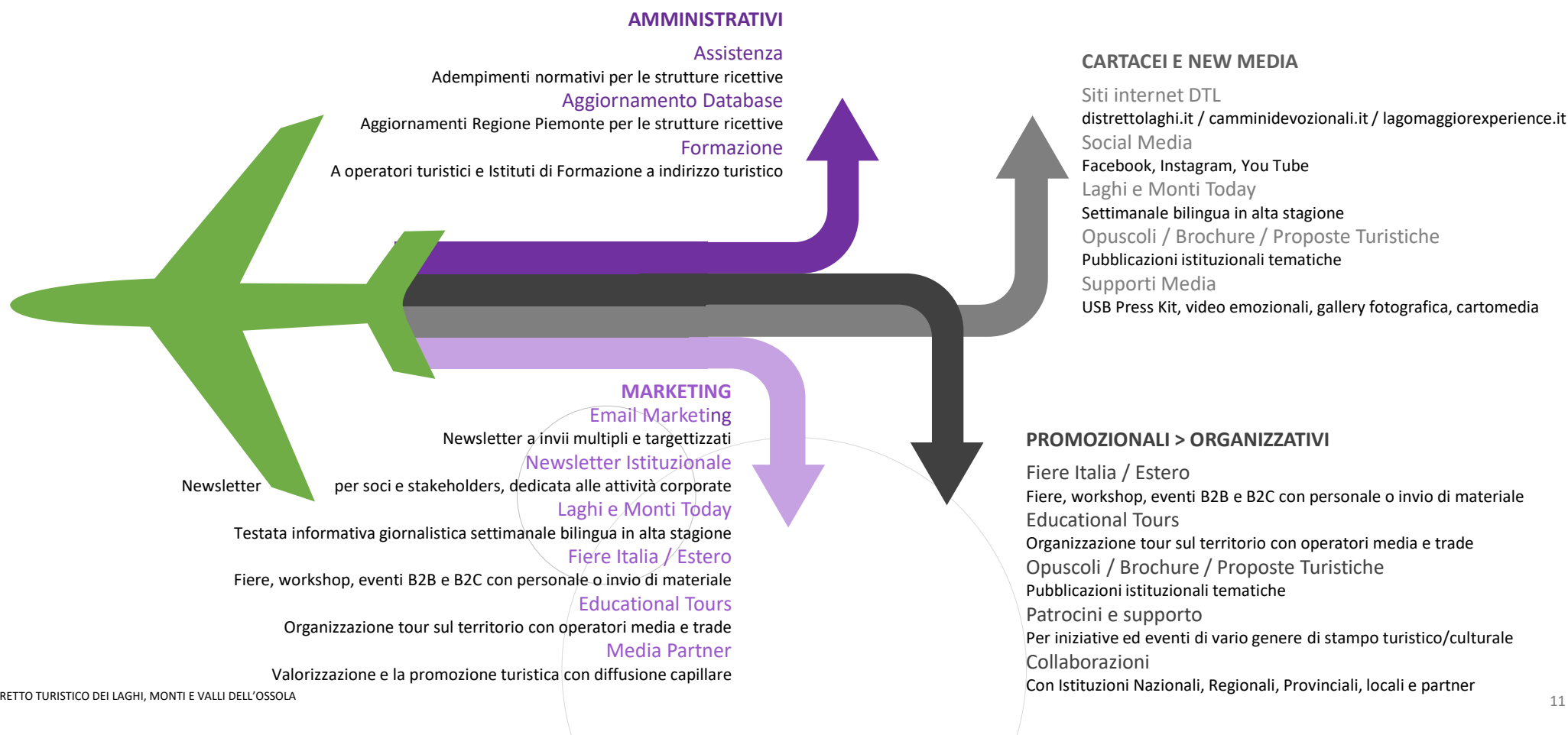


- 01** **Informazione**
Produzione di materiale informativo-turistico, riscontri e supporto a oltre 500 richieste annuali tra media, operatori di settore, autori e utenza, produzioni di contenuti web e social
- 02** **Promozione > Comunicazione**
Supporto promozionale degli eventi locali, partecipazione a progetti/bandi per lo sviluppo ricettivo/turistico, media partnership, partecipazione a fiere, organizzazione di educ tours e campagne di promozione con Regione Piemonte.
- 03** **Accoglienza > Supporto**
Curata attraverso 23 Uffici Turistici del territorio
- 04** **Istituzioni > Operatori Turistici**
Formazione verso professionisti di settore e operatori locali, supporto per adempimenti di legge, collaborazioni scolastiche, fornitura materiale turistico per Enti e privati.





SUPPORTI ALLA COMUNICAZIONE E ALLA PROMOZIONE TURISTICA



MEDIA PARTNER 2021

Il DTL attua, promuove, finanzia e coordina la pianificazione della promozione del territorio attraverso convenzioni con carta stampata, tv e radio nazionali e svizzere, social networks, web e advertising. Alcuni degli strumenti di promozione sono: newsletter periodiche, testate giornalistiche locali e nazionali e i loro inserti/rubriche speciali, sponsorizzazioni, attività di programmatic advertising con comunicazione targettizzata e realizzazione di campagne mirate.

Nel corso del 2021, in linea con le azioni intraprese nel 2020, il DTL ha proseguito la promozione volta alla valorizzazione del turismo outdoor con lo scopo di attirare l'attenzione del turismo di prossimità. Non solo, il Distretto ha voluto inoltre avviare, verso la fine dell'anno, una campagna estera in due dei principali mercati target, quali Olanda e Germania.



Inoltre: Newsletter e pubblicazioni dedicate

Produzione settimanale – per il periodo estivo e di alta stagione – di una newsletter dedicata ad attrattori, idee di itinerari, luoghi da visitare e consigli enogastronomici a km zero, per il supporto al turismo locale e nazionale.



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSOLA

Il progetto Media Partner unisce l'attività di promozione della nostra ATL ad operatori dell'informazione e ha come mission la divulgazione turistica



Pagine ADV, tabellari e redazionali con il supporto delle seguenti testate:

- ❖ That's Italia (giugno)
- ❖ La Stampa VCO e NO (20 giugno)
- ❖ Eco Risveglio (16 e 17 giugno)
- ❖ Lust Auf Italien (luglio e agosto)

Pubblicità metropolitana

Per il mercato nazionale - nei periodi invernali di inizio e fine anno - è stata promossa la montagna e il comprensorio Neveazzurra con tre principali azioni: la brandizzazione, con scatti invernali, del caratteristico Eurotram di Torino, affissioni su Bus in circolazione nel centro di Milano (gennaio e febbraio) e affissioni sui bus in circolazione nel centro di Novara (novembre e dicembre).

Anche per il mercato estero si è voluto puntare sulla pubblicità metropolitana sfruttando il periodo natalizio. È stata avviata una campagna nella città di Amsterdam brandizzando (con immagini delle principali attrazioni del territorio) un tram in circolazione nel centro per la durata di 4 settimane; inoltre, a Monaco di Baviera (Germania) è stata predisposta la campagna Out of Home, dove il territorio è stato promosso attraverso uno spot di 10 secondi in onda per due settimane su 142 pannelli luminosi posti nel centro della città.



CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ONLINE E TV – MERCATO ITALIA



Reporting	
Advertiser	Distretto Lugh
Visible Impressions	2.782.233
Impressions	11.856.888
Clicks	24.378
CTR	0.21%

Date	Visible Impressions	Impressions	Clicks	CTR	CTR
All period	2.782.233	11.856.888	24.378	0.21%	0.21%
Feb-21	1.028.593	5.028.177	16.152	0.32%	0.32%
Mar-21	1.753.640	6.828.711	8.226	0.12%	0.12%

TOP 10 PUBLISHER	Impressions	Clicks	CTR
RCS - Corriere della Sera	1.101.721	1.080	0.10%
Gruppo Espresso - LaRe	1.238.493	1.725	0.14%
Il Messico - P	428.874	1.382	0.32%
RCS - Gazzetta dello Sport	630.357	895	0.14%
Mondo	68.402	676	1.00%
Caffena Magazine	233.400	624	0.27%
QED - La Stampa	290.273	609	0.21%
MON - ITALY	172.061	599	0.35%
Nordia	298.507	548	0.18%
Radiosito	180.412	458	0.26%



PROGETTO NATIVE | #DISTRETTOLAGHI

KPI'S TRAFFICO

	Unique Visitors	Visits	Page Views	Time Spent per Visit
[Dove] DISTRETTOLAGHI	6.062	6.445	14.500	02:14

NEWSLETTER

INVII - 95.000

IMPRESSION TEASER

3.763.820

DOVE

Journey mapping

Inglobata nel più ampio progetto "Turismo outdoor e turismo accessibile nelle terre del Distretto" la campagna di comunicazione per il mercato Italia - coordinata da COW snc - si è svolta nei mesi di febbraio e marzo 2021. Obiettivi principali: la **distribuzione dei contenuti a tema outdoor** sulle principali testate giornalistiche online italiane e il **"market awareness"**, il consolidamento del nostro marchio e click al sito della destinazione.

La campagna si è sviluppata come segue:

- 1) Una prima fase con **spot e banner promozionali**, sulle **principali testate online italiane** con l'incredibile traguardo raggiunto di un **totale di 7 milioni di visualizzazioni e 20.000 click al sito istituzionale distrettolaghi.it**. La campagna è stata georeferenziata e circoscritta al turismo di prossimità e targettizzata secondo i seguenti interessi: a) trekking & outdoor b) famiglia e natura c) cicloturismo e mountain bike d) cultura del territorio e) altre tematiche.
- 2) Una seconda fase con la realizzazione – sulla testata **Dove.it di Corriere Viaggi** - di un **articolo redazionale** che ha ottenuto ben **2 milioni di visualizzazioni e ben 5.000 letture intere dell'articolo più un invio di newsletter a 83.000** utenti oltre a post social tematici sulla nostra destinazione.
- 3) Una terza fase che ha compreso – tra il 21 e il 27 marzo inclusi, **341 passaggi televisivi dello spot video di 30 secondi** realizzato dal DTL, diffuso su palinsesto SKY sui canali sport, cinema, news, intrattenimento e factual.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

“IL PIEMONTE DA SCOPRIRE”

Il Distretto Turistico dei Laghi, Monti e Valli dell'Ossola ha attivato un'importante campagna pubblicitaria sulle TV piemontesi, lombarde, liguri e svizzere - Format “**IL PIEMONTE DA SCOPRIRE**” - tramite l'acquisto del servizio di emissione di comunicazione turistica di spot e video clip tematici per la promozione del territorio e degli eventi, al fine di informare il pubblico residente nei territori limitrofi sulle attrattive presenti.

La promozione si è svolta tramite produzione ed emissione di **videoclip della durata di 2 minuti e spot della durata di 15 secondi** aventi le seguenti tematiche: **eventi di varie tipologie** (natalizi, festival e rassegne, eventi enogastronomici), **comprendorio di Neveazzurra** con la promozione delle stazioni sciistiche di Neveazzurra, **Borghi** (Arona, Cannero, Cannobio, Macugnaga, Malesco, Mergozzo, Santa Maria Maggiore, Orta San Giulio, Vogogna e Domodossola, Formazza e Isola dei Pescatori), **Ville e Giardini** (Isola Borromea, Villa Taranto, Villa Giulia e Villa Maioni, Villa Bossi, Colosso di San Carlo Borromeo, Giardino Alpinia, Parco della Rocca Borromea, Villa Anelli, Parco Pallavicino, Casa del Profumo Feminis-Farina, Castello Visconteo di Vogogna, Museo Meina, Sacro Monte Calvario, di Orta e di Ghiffa), **Sacri Monti Patrimonio UNESCO**, **offerta museale del territorio** (Museo Manzoni, Villa Ducale e Museo Pietro Canonica di Stresa, Casa del Profumo Feminis-Farina, Museo del Paesaggio, Museo Antiquarium, Museo Meina, Casa della Resistenza, Archeomuseo di Arona, Associazione Musei d'Ossola, Rete Museale Alto Verbano, Ecomuseo del Lago d'Orta e Mottarone), **trasporti** (Vigezzina Centovalli, Navigazione Lago Maggiore, Navigazione Lago d'Orta), **proposte leisure** (Aquadventure Park, Parco Avventura Le Pigne, Monte Zuoli, Praudina Adventure Park, Wonderwood, Alpyland, Lago Maggiore e Lago d'Orta Zipline, Mottarone Adventure Park), **offerta wellness** (Terme di Premia e Terme di Bognanco) e **trekking e attività outdoor**.



Televisioni coinvolte: PIEMONTE

VCO Azzurra TV, Video Novara, SestaRete, GRP, Primantenna, ReteSette, TeleCupole, TeleCity (Consorzio delle TV del Piemonte)



Televisioni coinvolte: LOMBARDIA

TeleLombardia



Televisioni coinvolte: LIGURIA

PrimoCanale



Televisioni coinvolte: SVIZZERA

RSI Radio Televisione Svizzera



CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SOCIAL “IG WORLD CLUB”

Il Distretto Turistico dei Laghi ha sviluppato per l'anno 2021-2022 un'attività di comunicazione legata all'**Instagram Marketing**, grazie alla collaborazione con gli Instagramers di **IGWorldClub Italia**, influencer in target con le proposte turistiche del territorio che sono chiamati a visitarlo, a testare i prodotti turistici, recensirli, fotografarli e condividere i contenuti attraverso feed, visual storytelling, dirette e instameet fotografici, tutti modi di sfruttare al meglio le potenzialità di questo Social Media considerato uno dei migliori canali di comunicazione per i brand turistici. Obiettivo principale è stato - e sarà anche per il 2022 - quello di **creare interazione/engagement e condivisione/sharing rispetto al prodotto turistico del territorio del DTL** e di conseguenza **l'aumento della notorietà della destinazione turistica**.

Si specifica che IGworldclub Italia è una Community Nazionale No-Profit la cui mission principale è la promozione del Paese e delle sue eccellenze attraverso Instagram e gli altri media digitali; **con più di 2,6 milioni di followers inoltre rappresenta la più grande realtà digitale italiana legata al mondo della comunicazione fotografica digitale e della mobile photography**.

Prossimi periodi di attivazione (dopo l'esperienza positiva dell'autunno 2021 a Domodossola e Valle Viguzzo): la primavera 2022 tra giardini e fioriture, l'estate 2022 sui Laghi e l'inverno di Neveazzurra.

Il progetto è condotto anche sul canale social nazionale IG ITALIA.



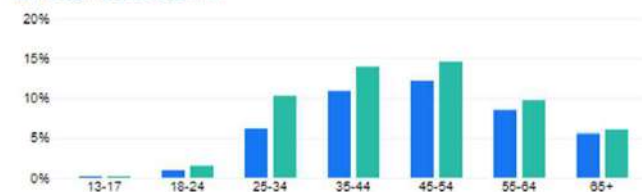
CAMPAGNA FB E IG CON L'OBIETTIVO DELLA COPERTURA

Pubblico

Questa inserzione ha raggiunto 2.224.087 persone del tuo pubblico.

Persone Posizionamenti Luoghi

44.1% Donne 55.9% Uomini



Alle pagine FB @distrettolaghi e @lagomaggioreexperience e la pagina IG @lagomaggiore_turismo viene attivata una "promozione sponsorizzata" nei periodi legati alle festività natalizie, alla stagione sciistica, alle aperture di primavera, agli eventi e alle attività outdoor estive e alle iniziative enogastronomiche d'autunno.



Nei periodi di principale interesse turistico il DTL, ogni anno, attiva promozione programmatica e campagne mirate sui 2 principali social dell'ATL, Facebook e Instagram. L'obiettivo «Copertura» massimizza il numero di persone che vedono le inserzioni e la frequenza con cui le visualizzano. Con questo obiettivo, il DTL ha la possibilità di scegliere e di ottimizzare la copertura, il target o le impression per l'intera durata della campagna.

NUOVE PUBBLICAZIONI E RIEDIZIONI 2021



01

FOR ALL

Turismo per tutti, tutti turisti
10 percorsi nelle località turistiche principali del territorio e 4 percorsi "natura" - con relativa cartina di dettaglio - adatti a persone con disabilità. In collaborazione con Fabrizio Marta dell'Associazione di promozione Sociale «Rotellando».



03

MICE & Wedding

Laghi e Monti, terre di eventi
Una nuovissima brochure bilingue (ita/eng) completamente dedicata al tema Congressuale & Eventi. La guida comprende hotels, dimore storiche e centri congressuali ed è pensata per tour operators MICE, organizzatori di eventi e wedding planners interessati alla nostra destinazione.



02



SNOW TREK

Guida ai percorsi con le ciaspole per tutta la famiglia

Gli itinerari descritti sono 12 per questa 1° edizione, testati personalmente dalla famiglia Voglino, una coppia di trekker con figlia piccola, in modo da essere davvero garantiti come «family friendly». Gli itinerari si sviluppano tutti nei pressi delle stazioni sciistiche e tra le valli facenti parte del comprensorio di Neveazzurra.



Panorami del Lago d'Orta

Paesi e itinerari della sponda occidentale, tra natura e cultura

Views of Lake Orta

Towns and routes along the western shore, between nature and culture

Sono inoltre state ristampate: la brochure "Ville e Giardini" e le City Map di Orta San Giulio, Verbania e Belgirate/Lesa/Meina.



04



Panorami del Lago d'Orta

Aggiornamento 2021 del pieghevole che offre un'opportunità alternativa di scoperta del territorio naturale del Lago d'Orta in trekking, dal valore turistico per i suoi visitatori e conservativo per i suoi abitanti.



ARCHIVIO IMMAGINI E VIDEO GALLERY



Video Istituzionale

365 giorni di riprese per 400 secondi di emozionante viaggio virtuale alla scoperta del territorio del Distretto Turistico dei Laghi! Il primo video istituzionale dell'intero territorio tra laghi, colline, monti e Alpi, valli e cascate, parchi naturali e patrimoni artistici riconosciuti dall'UNESCO, ville, giardini, siti naturali di rara bellezza e panorami mozzafiato tutti raccontati in un viaggio virtuale lungo 1 anno, dalla primavera all'estate, dall'autunno all'inverno.



Archivio immagini

I borghi del territorio del DTL sono il tema scelto per il periodo 2021/2022 per l'arricchimento dell'archivio immagini. La scoperta delle tradizioni culturali e paesaggistiche delle piccole e uniche realtà dei centri abitati tra laghi e monti.

Video Emozionali

Uno dei formati multimediali che permette un maggior coinvolgimento degli utenti in rete è sicuramente il video, grazie anche alla sua natura multisensoriale. Definito da molti «gateway» per ottenere maggiore riconoscimento del marchio e dell'attività di promozione, il DTL vanta un archivio video che raccoglie ad oggi 15 rappresentativi video emozionali e tematici per diffondere le bellezze del territorio attraverso i canali visivi, i social e il videosharing.





MERGOZZO E LAGO DI MERGOZZO
FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI

PUBBLICHE REL@ZIONI



- ✓ EDUCATIONAL TOURS
- ✓ FIERE E WORKSHOPS
- ✓ PARLANO DI NOI
- ✓ FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE

Educational Tours

Press tours rivolti a operatori MEDIA (giornalisti riviste di settore, autori guide turistiche, blogger, televisioni) e **Fam trips per professionisti TRADE** (tour operators, mice operators, wedding planners, agenti viaggio, incoming, DMC, OTA) nazionali ed internazionali. Richieste provenienti da sedi estere ENIT, Regione Piemonte, DMO VisitPiemonte. **Visita la MEDIA ROOM di distrettolaghi.it per visionare i risultati delle nostre collaborazioni!**

Maggio

PRESS TOUR Reportage Speciale Laghi Italiani Tg TF1

Organizzazione e sostenimento di tour su Lago Maggiore e Lago d'Orta per la giornalista Gaëlle Charnay e cameraman ai fini della realizzazione di un bel reportage sui laghi italiani andato in onda domenica 20/06/2021 nella rubrica "zooms du weekend", subito dopo il seguitissimo telegiornale delle 13.00 di TF1, primo canale di Francia per ascolti.

In collaborazione con ENIT Parigi

Giugno

BLOG TOUR "WED in Italy. Storia di un Matrimonio all'Italiana" - Progetto "PIEMONTE FOR WEDDINGS"

Organizzazione, e relativa copertura spese, di tour 3 gg tra le migliori wedding locations e venues di Lago Maggiore e Lago d'Orta per i bloggers Positivi Trip, accompagnati da wedding planner locale.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



e collaborazioni operatori & media

Iniziativa inclusa nel Progetto "Piemonte for Weddings" by Italy for Weddings (Convention Bureau Italia), che ha previsto la realizzazione di una serie di post/stories live sui social della coppia di Positivi e di un video-episodio 25' sulla loro pagina YouTube. L'offerta wedding locale si mostra così a operatori di settore e al pubblico dei più giovani.

In collaborazione con DMO VisitPiemonte

Luglio

Lonely Planet PIEMONTE Live Tour

Tour curato da un team di 4 professionisti LP per la realizzazione del video-racconto "48 ore in Piemonte" diffuso a Settembre 2021 da Lonely Planet Italia. Organizzazione e copertura spese della tappa su Lago di Mergozzo e Lago Maggiore il giorno 22/07/2021 con riprese a Cave di Candoglia, Mergozzo e Baveno. Tema "Arte e Paesaggio": la PIETRA, risorsa tipica di questo angolo di Piemonte, nelle versioni pregiate del marmo e del granito, per valorizzare la storia e la tradizione locale e l'ACQUA di lago, ove si affacciano le montagne, si aprono le cave, via storica di viaggio della pietra verso ambiti monumenti.

In collaborazione con DMO VisitPiemonte



Educational Tours

Press tours rivolti a operatori MEDIA (giornalisti riviste di settore, autori guide turistiche, blogger, televisioni) e **Fam trips per professionisti TRADE** (tour operators, mice operators, wedding planners, agenti viaggio, incoming, DMC, OTA) nazionali ed internazionali. Richieste provenienti da sedi estere ENIT, Regione Piemonte, DMO VisitPiemonte. Visita la **MEDIA ROOM** di distrettolaghi.it per visionare i risultati delle nostre collaborazioni!

Settembre

Fam Trip "LET'S FALL BETWEEN LAKES & ALPS!" per T.O. internazionali

Organizzazione, finanziamento e guida del Fam Trip sui Laghi Maggiore, d'Orta e in Ossola per una selezione di 8 tour operators (leisure e MICE) da Francia, Germania, Olanda e USA. Temi del tour: ville e giardini, outdoor, food&wine, oltre a site inspections presso strutture e visite ai produttori, all'insegna del movimento lento e della sostenibilità. Questo tour è la 3° ed ultima fase che completa il progetto di promozione dell'incoming estero verso T.O. stranieri attuato nel corso del 2021 dal DTL e già avviato nel mese di marzo con il Webinar e il Virtual Workshop b2b "LET'S SPRING BETWEEN LAKES & ALPS!". La combinazione ibrida "formazione digitale + meeting virtuali + educational tour in presenza" è ad oggi la formula più congeniale per gli eventi turistici trade.



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

e collaborazioni operatori & media

Novembre

PRESS TOUR Rivista italiana VIAGGIARE CON GUSTO

Organizzazione e finanziamento del tour in Ossola del giornalista Riccardo Lagorio, tra il 2 e il 5/11/2021, per il bimestrale di turismo ed enogastronomia VIAGGIARE CON GUSTO SANO edito da Lunasia (tiratura 70mila copie), n. di Febbraio/Marzo 2022. Tema dell'articolo il racconto dell'offerta turistica ossolana nel periodo invernale, includendo lo sci nel comprensorio Neveazzurra, il relax delle terme, l'enogastronomia d'eccellenza e gli storici borghi. Il giornalista ha visitato Domodossola e le Valli Antrona, Bognanco, Divedro e Vigizzo.

Per tramite di DMO VisitPiemonte

INSTA-TOUR "IGWORLDCLUB ITALIA" in Ossola

Organizzazione, finanziamento e guida del tour in Ossola, dal 12 al 14/11/2021, di 7 Instagramers di IGWorldClub Italia. Tutti i dettagli nel capitolo «COMUNICAZIONE».

PRESS TOUR Varie riviste italiane - Progetto "ECCELLENZE DEL PIEMONTE IN VETRINA"

Organizzazione e finanziamento di mini-tour di Domodossola, il 30/11/2021, per un gruppo di 5 giornalisti italiani (IODonna, Ferrari Magazine, La Cucina Italiana, Vanity Fair, Il Giornale) nell'ambito del Progetto "Eccellenze del Piemonte in Vetrina" di Regione Piemonte. Dopo una visita alla Centrale Enel di Verampio, il giro del centro storico domese è stato seguito da una tappa enogastronomica presso un birrificio ossolano e dalla cena-evento al Ristorante Atelier* dello Chef Giorgio Bartolucci, referente della cucina territoriale durante la rassegna. *In collaborazione con DMO VisitPiemonte.*



Fiere

Partecipazione in Italia, all'estero o in forma virtuale a fiere e workshops in ambito leisure e mice. Eventi rivolti ai professionisti del trade e agli operatori media (b2b) e/o al pubblico (b2c). In collaborazione con Regione Piemonte, DMO VisitPiemonte, ENIT Italia e sedi estere ENIT. Visita la MEDIA ROOM di distrettolaghi.it per visionare la photo gallery ed ulteriori approfondimenti sui nostri eventi!

Marzo

ITB NOW 2021 - Virtual

La grande fiera b2b di Berlino - una delle più importanti a livello mondiale - si è tenuta dal 9 al 12/03/2021 in forma virtuale e il Distretto vi ha partecipato come co-espositore ENIT. Appuntamenti con tour operators, operatori incoming e DMC da Italia, Germania, Svizzera, Austria, Slovenia, Regno Unito, Danimarca, Russia, USA e Canada. La promozione svolta dalla nostra ATL si è focalizzata sulle molteplici sfaccettature SLOW di laghi e monti: la Dolce Vita tra ville e giardini, le proposte Outdoor nella natura, la Cucina genuina e l'offerta Wellness di spa e terme.
In collaborazione con DMO VisitPiemonte.

Marzo

WORKSHOP "LET'S SPRING BETWEEN LAKES & ALPS!" tra T.O. internazionali e operatori del territorio - Virtual

Un'azione promozionale mirata che il Distretto ha intrapreso direttamente verso i 6 mercati esteri target Francia, Svizzera, Germania, Olanda, Regno Unito e USA.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



& Workshop

Un'occasione di incontro b2b, realizzata tramite piattaforma online il 23/03/2021, tra 26 Tour Operators internazionali e 28 operatori turistici locali. Ai T.O. il workshop ha dato la possibilità di approfondire la conoscenza della sfaccettata offerta turistica del Distretto. Al contempo ha permesso agli operatori locali di instaurare potenziali rapporti trade raccontando la qualità del proprio prodotto o servizio. Questo workshop è la seconda fase del progetto di promozione dell'incoming estero verso T.O. stranieri attuato nel corso del 2021 dalla nostra ATL e già avviato nel medesimo mese di marzo con il Webinar "LET'S SPRING BETWEEN LAKES & ALPS!".

Maggio

BIT Digital Edition 2021 - Virtual

L'importante fiera di Milano in versione digitale, nella duplice veste trade (9-11/05) e pubblico (12-14/05), ha visto la partecipazione dell'ATL quale co-espositore di Regione Piemonte. Hanno aderito all'evento operatori del nostro territorio dall'incoming e dall'hotellerie. Incontri b2b con rappresentanti dell'intermediazione turistica (T.O., DMC, agenti MICE) dai mercati Italia, Germania, Francia, Olanda, Paesi Scandinavi, Russia e Canada per il rilancio del turismo leisure, congressuale e wedding. Agli operatori, il Distretto ha raccontato quanto i Laghi e l'Ossola possono offrire secondo le rinnovate esigenze del visitatore: comodi da raggiungere in auto, in maniera indipendente e con la famiglia, scrigno di arte e di storia grazie ai gioielli più celebri, ma anche ricchi di verde, cultura ed esperienze da vivere.
In collaborazione con Direzione Cultura, Turismo e Commercio di Regione Piemonte.

Parlano

Una rassegna stampa di articoli, pagine pubblicitarie, ma anche campagne promozionali e rubriche tv sul territorio realizzate in Italia e all'estero con il supporto della nostra ATL e in collaborazione con altri enti. Visita la **MEDIA ROOM** di distrettolaghi.it per visionare tutte le recensioni, una volta pubblicate, che parlano di noi!

Maggio

Portale web/Social ENIT Tokyo-Speciale Primavera '21 Giappone

Per lo speciale dedicato alle bellezze fiorite d'Italia, due pagine ricche di verde e di colori sulle Isole Borromee e i Giardini Botanici di Villa Taranto sono state diffuse sul portale ufficiale e i social di ENIT Tokyo. Le immagini e i contenuti in lingua giapponese sono stati forniti direttamente dal Distretto Turistico dei Laghi. Nella selezione delle più belle attrazioni fiorite d'Italia operata da ENIT, i nostri giardini sono annoverati in Piemonte insieme alla Venaria Reale di Torino.

In collaborazione con ENIT Tokyo e DMO VisitPiemonte

Luglio

Rivista viaggi LUST AUF ITALIEN n. 4 Luglio/Agosto 2021 Paesi DACH

Pubblicazione del reportage "PIEMONT Laghi Monti e Valli": 11 pagine splendidamente illustrate descrivono l'intero territorio, dal Lago Maggiore passando per il Lago d'Orta e il Lago di Mergozzo sino alle sette Valli Ossolane, nel travel magazine dedicato all'Italia leader in Germania, Austria e Svizzera. In edicola e in edizione online.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



di noi

Luglio

**Rivista viaggi MERIDIANI Montagne N. 111 LUGLIO 2021
Supplemento Montagne Outdoor Speciale Piemonte Italia**

Ampio reportage sulla regione del Monte Rosa con il borgo walser di Macugnaga in "Nuovo mattino sulla Est" e la Valle Anzasca con la Strà Granda da Piedimulera a Macugnaga in "Pietre antiche" e ancora "Joderhorn, una scalata plaisir". Ad arricchire l'uscita è l'allegato Montagne Outdoor con lo Speciale Piemonte, con il focus "Il verde che conquista" sulle Valli dell'Ossola, un'oasi wilderness dove l'uomo è riuscito a ritagliarsi i propri spazi.

Luglio

Quotidiani nazionali IL RESTO DEL CARLINO – LA NAZIONE – QN Weekend - 16/07/2021 Italia

Pubblicazione su più testate nazionali dell'articolo "In battello o in spiaggia estate sul lago" che parla dei laghi piemontesi come angoli di pace e natura incontaminata dallo splendido microclima per la stagione balneare, il divertimento e lo sport. All'interno una bella panoramica è dedicata ai nostri Laghi Maggiore, d'Orta e Mergozzo.

In collaborazione con DMO VisitPiemonte

Agosto

Portale femminile ELLE.COM - 04/08/2021 Italia

Pubblicazione del reportage "Il Piemonte che non ti aspetti, luoghi da scoprire e non dimenticare più": tra i vari focus vi è "D come Domodossola", immagine e trafiletto dedicato al capoluogo ossolano nominato Borgo della Cultura.

In collaborazione con DMO VisitPiemonte

Parlano

Una rassegna stampa di articoli, pagine pubblicitarie, ma anche campagne promozionali e rubriche tv sul territorio realizzate in Italia e all'estero con il supporto della nostra ATL e in collaborazione con altri enti. Visita la MEDIA ROOM di distrettolaghi.it per visionare tutte le recensioni, una volta pubblicate, che parlano di noi!

Ottobre

Rubrica viaggi "Wunderschön!" Canale televisivo WDR - 31/10/2021

Germania

Nella puntata Wunderschön! intitolata "Lago Maggiore - Dolce Vita zwischen See und Bergen", uscita sul canale tedesco WDR1 e in parallelo sul canale NDR, la giornalista Judith Rakers scopre il Lago Maggiore ed incontra gente del posto ed emigrati che ne amano la "Dolce Vita". Visita così Cannobio paradiso dell'open air, Cannero Riviera località-giardino con i suoi agrumeti, fino all'Isola Bella e all'Isola Madre mete clou del viaggio con i loro magnifici palazzi e giardini.

Novembre

Magazine viaggi PLEIN AIR Novembre 2021

Italia

Pubblicazione del servizio di 6 pagine "Buen retiro sul lago" dedicato al capoluogo di provincia Verbania, con richiamo alle Valli dell'Ossola e alle altre meraviglie del Lago Maggiore. PleinAir è rivista simbolo in Italia per il turismo in camper e le vacanze in libertà con focus sull'ambiente e l'outdoor.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



3021



di noi

Novembre

Rivista spettacolo CHI n. 48 24 Novembre 2021

Italia

Pubblicazione all'interno della rubrica "Speciale Viaggi" della celebre rivista di spettacolo CHI del trafiletto "PIEMONTE: Borghi e paesi incantati" dedicato ai principali eventi natalizi del Piemonte e del nostro territorio, quali i Mercatini di Santa Maria Maggiore e il Polar Express di Stresa.

Dicembre

Magazine viaggi DOVE Corriere della Sera n. 12 Dicembre 2021/Gennaio 2022

Italia

Pubblicazione dello Speciale Feste "Mercatini. Luci, colori, sapori, tradizioni", una mappa delle bancarelle d'Italia da visitare durante le festività. All'interno, su due pagine, è presente la descrizione, tra i mercatini piemontesi, di quelli di Santa Maria Maggiore!

Dicembre

Magazine viaggi THAT'S ITALIA n. 45 Dicembre 2021/Gennaio 2022

Italia

Pubblicazione del reportage "Viganella, il borgo dello specchio": ben 18 pagine ricche di contenuti e immagini sul paese ossolano che si è dotato del celebre specchio per tornare ad illuminarsi in inverno. L'articolo è arricchito di curiosità, approfondimenti sulla cucina tipica, aneddoti e leggende che riguardano non solo il borgo ma l'intera Valle Antrona.

COLLABORAZIONE CON

FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE



Il Distretto Turistico dei Laghi collabora con FCTP nell'ambito di richieste di case di produzione nazionali ed internazionali per spot pubblicitari, progetti televisivi e cinematografici. In particolare:

- > **fornisce informazioni, contatti e materiali utili** a programmare riprese sul territorio;
- > **supporta il location scout** in fase di sopralluogo per l'individuazione di spazi e strutture conformi a quanto richiesto dal regista;
- > **supporta la troupe in fase organizzativa** quando necessario (es. soggiorni alberghieri);
- > **accompagna la troupe** se necessario durante i sopralluoghi e le registrazioni

PRODUZIONI REALIZZATE NELL'AREA DEI LAGHI – ANNO 2021:



DER FEIND MEINES FEINDES Il nemico del mio nemico (Lungometraggio)

Regia: Marcus O. Rosenmüller
Produzione: ZDF di FictionMagnet GmbH (Berlino) in collaborazione con ndF Berlin GmbH
Periodo di riprese: Maggio 2021
Luoghi: Cannero Riviera, Verbania, Arona, Stresa, Oggebbio



ARNOLDO MONDADORI (Docu-Fiction)

Regia: Francesco Micciché
Produzione: Anele srl
Periodo di riprese: Settembre 2021
Luogo: Verbania (Villa L'Eremitaggio)
Con: Michele Placido e Flavio Parenti



ANTONINO CHEF ACADEMY (serie TV)

Regia: Emanuele Biscussi
Produzione: Endemol Shine Italy per Sky
Periodo di riprese: Maggio 2021
Luoghi: Orta San Giulio (Villa Crespi) – Oleggio Castello (Castello dal Pozzo)
Con: Chef Antonino Cannavacciuolo



ENSAN – L'ESSERE CHE DIMENTICA (cortometraggio)

Regia: Nicola Winkler, Giorgia Rosso, Amir Shadman
Produzione: realizzati per la prima edizione di Piemonte Factory
Periodo di riprese: Luglio 2021
Luoghi: Omegna (Parco della Fantasia Gianni Rodari), Verbania (Villa Azalea e Cavandone), Gurro, Lago Maggiore, Lago d'Orta



DIGIT@L M@RKETING



- ✓ SUPPORTI DIGITALI E SISTEMA CROSS MEDIALE
 - ✓ I NUMERI DEL SISTEMA
- ✓ LAGOMAGGIOREXPERIENCE.IT: LE NOVITA' DEL NOSTRO PORTALE OUTDOOR
 - ✓ WEB ANALYTICS



SUPPORTI DIGITALI & SISTEMA CROSS MEDIALE

Il DTL supporta da anni la promozione turistica attraverso strumenti tecnologici, inclusa la geolocalizzazione

L'inarrestabile progresso tecnologico e dei dispositivi mobili rappresenta una preziosa opportunità per il turismo che – per definizione – si rivolge a gente «in movimento».

Tutti i contenuti prodotti dal DTL si possono trovare sulle principali piattaforme web e social, ottimizzati con nuove vesti grafiche, certamente «web responsive» e impressi su mappe 3D animate.

Nel corso del 2022 verranno implementate ulteriormente nuove sezioni e piattaforme.

Gli strumenti legati alla promozione e alla comunicazione di cui si avvale il DTL sono:

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

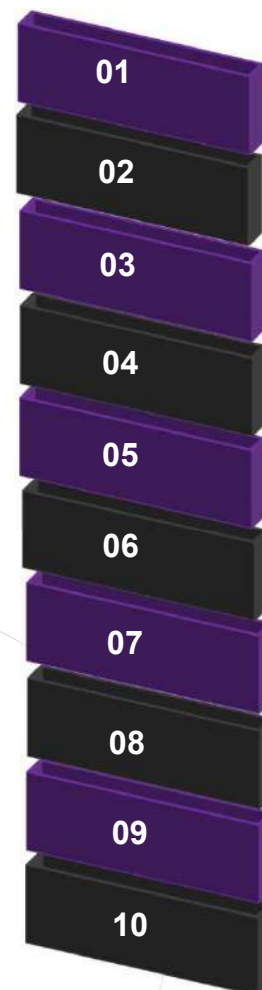
3 PORTALI TURISTICI
distrettolaghi.it / lagomaggioreexperience.it
/ camminidevozionali.it

SOCIAL MEDIA
Il DTL è presente su FB, Twitter, You Tube e Instagram

LAGHI E MONTI TODAY
La newsletter settimanale e bilingua dedicata a manifestazioni ed eventi inviata in alta stagione a Uffici Turistici, strutture ricettive e a oltre 10.000 utenti

MEDIA PARTNER
Convenzioni e collaborazioni con le principali testate locali e nazionali e attività di Programmatic Advertising

VIDEO E IMMAGINI
Una library di video e immagini emozionali legate al turismo attivo, sempre aggiornato grazie alla collaborazione e al supporto di fotografi professionisti e amatoriali locali



MEDIA ROOM
La sezione dedicata a giornalisti e operatori turistici distrettolaghi.it/media-room

EMAIL MARKETING / NEWSLETTER
Newsletter dedicate, tematiche e targettizzate per la promozione turistica o istituzionale. Dal 2021 produzione di una nuova newsletter corporate per operatori e stakeholders

OPUSCOLI => EBOOK
Tutta la libreria cartacea disponibile anche in digitale su distrettolaghi.it/ebook

PRESS KIT
Un insieme di strumenti – digitali e non - attraverso i quali il DTL promuove il territorio. Kit multilingua disponibile

WEBCAM
Una rete di 29 webcam per uno sguardo «live» sul territorio tra laghi e montagne, con immagini panoramiche e in alta risoluzione aggiornate costantemente.

I NOSTRI NUMERI

ONLINE

Le piattaforme web

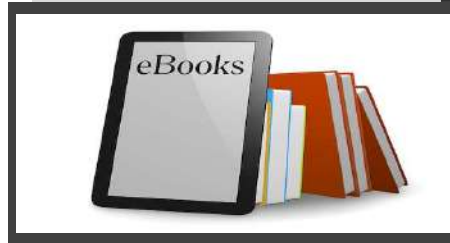
Oltre **20.000** pagine web di soli contenuti sul sito istituzionale, di cui circa **10.000** dedicate ai soli eventi / **6** pagine/profilo social attivi / Oltre **123.000** follower sulla pagina FB del DTL (+12,33% rispetto al 2020) / Una media di oltre **155.000** visualizzazioni mensili su web / Oltre **19.160** i follower sulla pagina LagoMaggiorExperience (+26,86% rispetto al 2020) / **167.561** (+249,09% rispetto al 2020) le persone raggiunte ogni mese attraverso i profili FB.



SUPPORTI

Realizzati e distribuiti

Oltre **20.000** le immagini del territorio a disposizione per la promozione / Nel corso del 2021 è stata programmata una fornitura straordinaria di materiale presso gli uffici turistici del territorio - per garantire un'adeguata promozione - di **217.975** brochure / Quasi **20.000** i sacchetti promozionali del territorio distribuiti annualmente in occasione di eventi / **20.000** le City Map ristampate e diffuse presso gli Uffici Turistici richiedenti.



Media Partner

Utenti raggiunti

Newsletter settimanale (alta stagione) inviata a oltre **12.000** richiedenti con allegata la testata di informazione turistica bilingua dedicata agli eventi «Laghi e Monti Today». L'attività di email marketing utilizza la nuovissima piattaforma «Marketing Cloud» di Salesforce, per la «Marketing Automation», capace di raccogliere i dati degli utenti per attuare comunicazioni personalizzate / Circa **500.000** contatti mensili su tutto il sistema cross mediale del DTL.



Altro

Contatti ricevuti

Oltre **500** contatti annuali da operatori turistici e media per richieste di assistenza e informazioni, pervenuti da più canali: telefono, email, contatti diretti in fiere, contatti diretti per educational tours, contatti di media partner, contatti di operatori del settore turistico.



L'OUTDOOR E' DIGITALE SU

WWW.LAGOMAGGIOREXPERIENCE.IT

Dopo il lancio della sezione invernale “azzurra” (2020) è **disponibile da giugno 2021 anche il portale delle attività più “green”** con nuove mappe “verdi” 3D dedicate agli itinerari, ai percorsi tracciati e alle mille attività sportive praticabili tra i nostri laghi e le nostre montagne.

Un portale che ora è più che mai completo (in affiancamento al sito istituzionale www.distrettolaghi.it), che tratta l'intero territorio di competenza della nostra ATL, che tanto in estate quanto in inverno si presta a mille attività all'aria aperta, tra laghi, parchi, colline e montagne di impressionante bellezza, riconosciute e apprezzate anche livello internazionale da turisti stranieri che scelgono di visitarci per predilezione del “turismo attivo”.

2 i contenuti fondamentali che contraddistinguono la sezione estiva:

- a) **La sezione “percorsi”**, con 100 itinerari caricati tra ferrate, percorsi trekking, percorsi bike, cammini devozionali e grandi itinerari escursionistici.
- b) **I video 360°** dedicati a due dei percorsi bike più panoramici e naturalistici del territorio, il “Grande Est di Devero” e “La Linea Cadorna del Verbano”.

Oltre alle sezioni **“Destinazioni Turistiche”, meteo, webcam, experience, eventi, ospitalità, newsletter, ebook, noleggi, guide turistiche, parchi avventura, riserve naturali e sezioni social, contatti e «come arrivare».**



CONTENUTI

Percorsi Summer e Winter / Meteo / Webcam / Fatmap / Video 360° / Esperienze / Eventi / Ospitalità / Newsletter / Ebook / Destinazioni tra Laghi e Valli / Social / Contatti / Come arrivare / Noleggi / Guide Turistiche / Parchi Avventura / Riserve Naturali / Stazioni Sciistiche / Bollettino Neve / Winter Map / Rifugi

DESIGN

Portale funzionante con dispositivi di interfaccia responsive tradizionale e touch. Applicazione web pensata come single page, per un'esperienza dinamica di esplorazione

MAPPE E ITINERARI

Circa 100 itinerari caricati con le relative mappe 3D di FatMap: trekking, bike, percorsi devozionali, grandi percorsi escursionistici, ferrate e ciaspolate del nostro territorio. Le mappe hanno le funzioni di zoom, rotation, geolocalizzazione, crevasse e zone piatte e altitudine per una visione a 360° dell'area.

VIDEO 360

Uno strumento che garantisce un alto grado di coinvolgimento, adatto alla promozione dei territori agli amanti dello sport e della natura. Il video 360° è realizzato con riprese in soggettiva e mappe tridimensionali dinamiche, il tutto sincronizzato ad un unico ambiente



L'OUTDOOR È DIGITALE

SU LAGOMAGGIOREXPERIENCE.IT

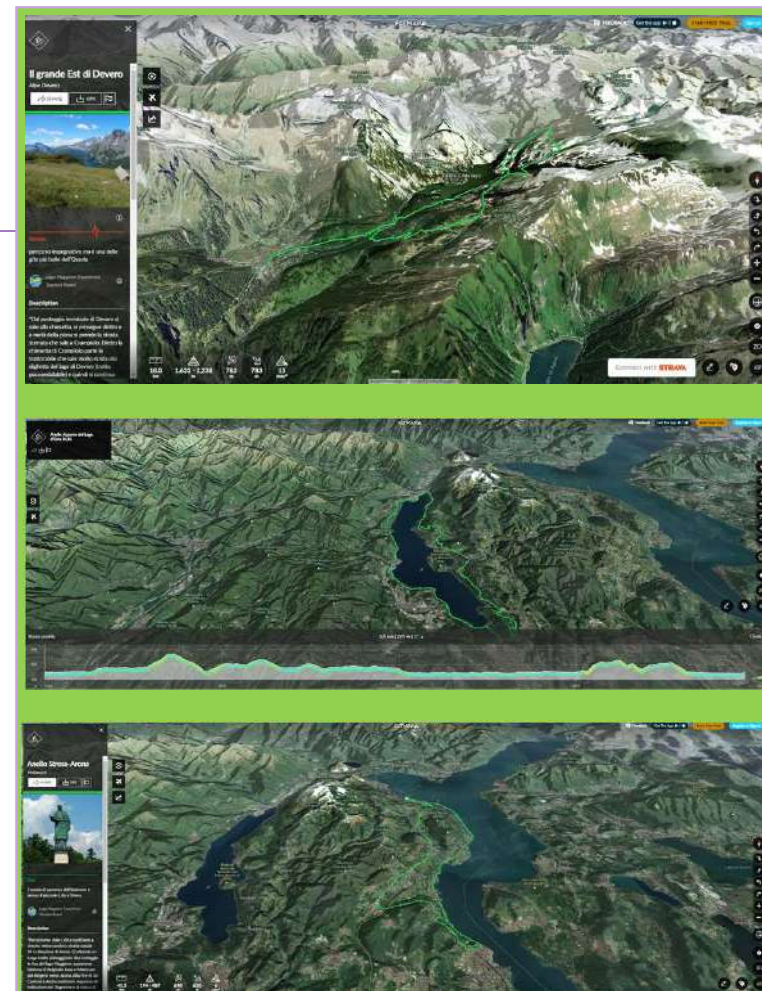


Presentazione, esperienza e scoperta

Fatmap è un'**innovativa piattaforma** online pensata per i frequentatori della montagna, sia d'estate che d'inverno. La caratteristica che più colpisce sono le **Mappe 3D animate**, basate su **immagini satellitari ad altissima risoluzione**, fino a 40 volte superiore alla classica cartografia satellitare di Google Earth. Fatmap consente di **trovare percorsi o tracce** e **condividere le proprie esperienze** di montagna attraverso sentieri escursionistici, piste da sci, piste ciclabili, ecc. Grazie ad un sistema di **georeferenziazione**, rende disponibile l'utilizzo delle informazioni di Fatmap anche nelle **aree non coperte dalla rete internet**. La piattaforma FATMAP scelta da SportNet in accordo con il Distretto Turistico dei Laghi lavora costantemente per aiutare gli utenti a trovare le **migliori esperienze all'aperto** e per intraprendere **percorsi virtuali** che rendono la scoperta del nostro territorio emozionante e coinvolgente.

Caratteristiche e numeri

Le mappe includono alcune modalità e funzioni di consultazione anche professionale come **Zoom, Rotation, Geolocalizzazione, Crevasse e Zone Piatte, Avalanche, Altitudine** e tutto quello che servirà per dare all'utente una visione a 360° dell'area. I numeri della comunità di FATMAP (www.fatmap.com), alla quale anche il nostro territorio fa parte, garantiscono agli operatori una visibilità a livello mondiale: **più di 400.000 gli account registrati** su FATMAP con **oltre 3 milioni di utenti unici attivi** - tra i 18 e i 54 anni - appassionati di sport e montagna. **Sul sito lagomaggiorexperience.it sono ad oggi caricate oltre 100 fatmap dedicati a itinerari e destinazioni.**



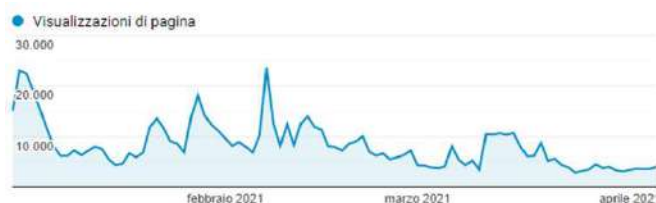
L'INNOVATIVA PIATTAFORMA FATMAP!



WEB ANALYTICS PER DISTRETTOLAGHI.IT

Fonte: Report per anno 2021 Google Analytics

NUMERI E CURIOSITÀ DEL PORTALE ISTITUZIONALE: UTILIZZO, PROFILAZIONE DELL'UTENZA, RICERCHE E DISPOSITIVI UTILIZZATI



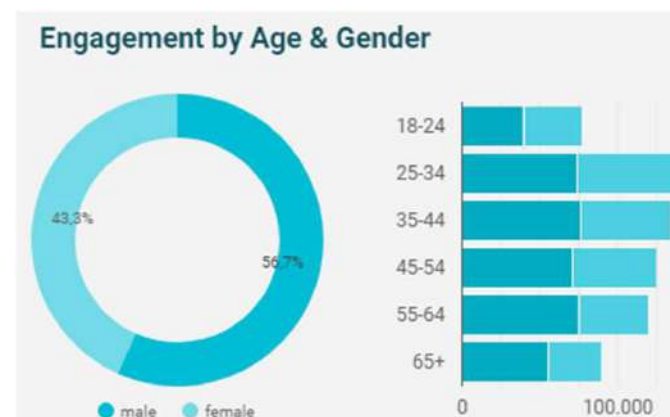
Continenti	Acquisizione	
	Utenti	% del totale
	410.506	% del totale: 100,00% (410.506)
1. Europe	391.346	(95,33%)
2. Asia	14.579	(3,55%)
3. Americas	4.146	(1,01%)
4. (not set)	724	(0,18%)
5. Africa	191	(0,05%)
6. Oceania	101	(0,02%)

Lingua		Utenti	% del totale
		410.506	% del totale: 100,00% (410.506)
1. it-IT		296.322	(72,19%)
2. it		82.771	(20,16%)
3. en-US		21.219	(5,17%)
4. de-DE		16.202	(3,95%)
5. fr-FR		7.957	(1,94%)
6. de		7.226	(1,76%)
7. en-GB		5.853	(1,43%)
8. en-AU		4.022	(0,98%)
9. fr		3.391	(0,83%)
10. de-CH		1.715	(0,42%)

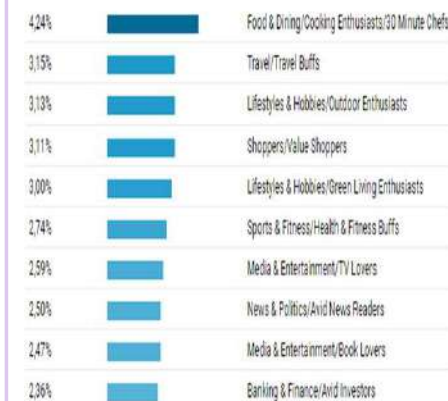
DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

Il portale **distrettolaghi.it** (dal 1 Gennaio al 31 Dicembre 2021) ha contato **1.871.318** visualizzazioni di pagina (**1.363.552** visualizzazioni uniche), numeri eccellenti che denotano come il portale rappresenti lo strumento principale per la ricerca delle informazioni turistiche sul nostro territorio di competenza. Il dato risente ancora, purtroppo, del calo dovuto alla crisi pandemica.

L'analisi indica il **Paese di provenienza dell'utente** al momento della consultazione e la lingua parlata. Da questi dati si denota come – per l'utenza Italiana – il sito non sia solo uno strumento in occasione di un viaggio ma uno strumento di consultazione quotidiana, mentre l'utenza straniera consulta le informazioni solo in occasione del viaggio. Si denota comunque un incremento rispetto al problematico 2020, sia italiano che, soprattutto, straniero.



Da questo grafico vengono delineate le caratteristiche principali dei nostri visitatori, con informazioni su sesso ed età del 100% del traffico totale. Scopriamo con sorpresa che quasi la metà dei visitatori ricade nella fascia d'età 25 - 44 mentre praticamente donne e uomini si equivalgono. La conoscenza della composizione del nostro pubblico in termini di sesso, età e interessi ci permette di individuare i tipi di contenuti creativi da sviluppare, i tipi di supporti multimediali da adottare e i tipi di segmenti pubblici da creare per le campagne di marketing e remarketing. Ecco qui a destra i principali interessi del nostro utente medio:

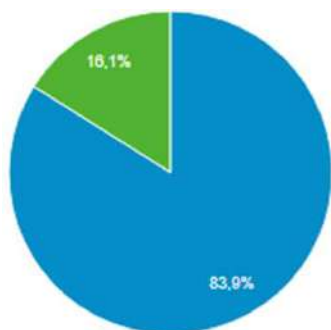




WEB ANALYTICS PER DISTRETTOLAGHI.IT

Fonte: Report per anno 2021 Google Analytics

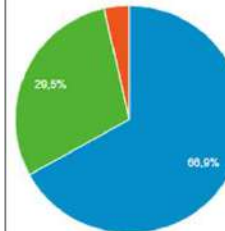
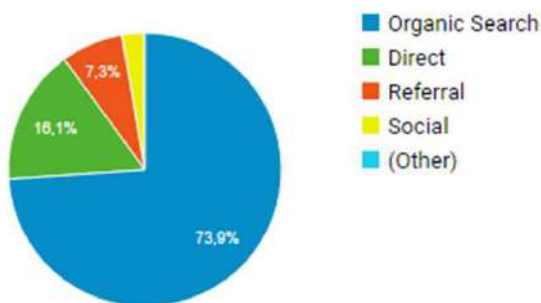
NUMERI E CURIOSITÀ DEL PORTALE ISTITUZIONALE: UTILIZZO, PROFILAZIONE DELL'UTENZA, RICERCHE E DISPOSITIVI UTILIZZATI



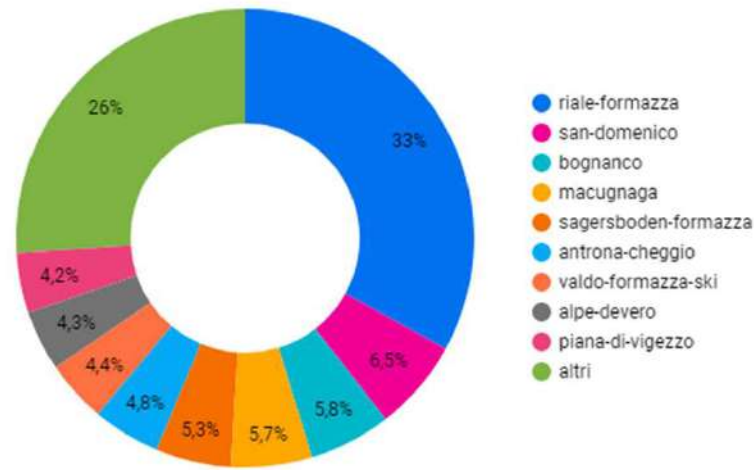
Il sito istituzionale **distrettolaghi.it** (dal 1 Gennaio al 31 Dicembre 2021) denota un aumento (rispetto al 2020) di «New Visitors» rispetto ai «Returning Visitors». Il sito - considerando che il 2021 è stato ancora un anno di transizione e incertezza a causa della crisi pandemica - dimostra un miglioramento nel ritorno dei visitatori e quindi di nuova utenza alla ricerca di informazioni. Nella strategia generale sono importanti tutti e due i tipi di visitatori: il sito del DTL promuove il territorio, avere quindi utenti nuovi è sicuramente un'arma vincente; avere un numero maggiore di visitatori di ritorno certifica invece la fidelizzazione dell'utente vincolata però al desiderio di ritorno sul luogo se si tratta di utente non residente, oppure di utenti residenti sul territorio che consultano regolarmente il sito.

Per il monitoraggio dell'anno 2020 possiamo notare come le visite arrivino da traffico organico (in aumento rispetto agli anni precedenti) evidenziando come il sito venga per lo più consultato per questioni di informazioni turistiche, scopo primario del portale. Le visite da traffico sono indicative del fatto che il sito è riconosciuto dagli utenti come punto di riferimento per le informazioni sul territorio. Buono anche l'apporto «Social» al portale e nel caso di «Referral» convergono visite quantitativamente più interessanti, cioè con più pagine visitate.

Canali principali



Dispositivi di collegamento al portale: le visite da dispositivi mobili (mobile + tablet) hanno decisamente superato il traffico da sistemi desktop. Questa tendenza sarà probabilmente sempre più marcata e sempre più importante per i visitatori che consultano il sito (web responsive) essendo già in vacanza. Qui sotto riportiamo infine il dettaglio della sezione più visitata del sito, quella che raccoglie il circuito delle 21 webcam turistiche sparse per il territorio, con le relative visualizzazioni dettagliate per le prime 10 webcam più cliccate. Si evidenzia che il servizio webcam ha avuto nel 2021 uno stop forzato per rinnovo del contratto di gestione di circa 8 mesi, i dati risultano, per questo motivo, inferiori rispetto all'anno 2020.



Fonte: Report per anno 2021 Google Analytics | Elaborazione Google Data Studio

Fonte: Report per anno 2021 Google Analytics | Elaborazione Google Data Studio

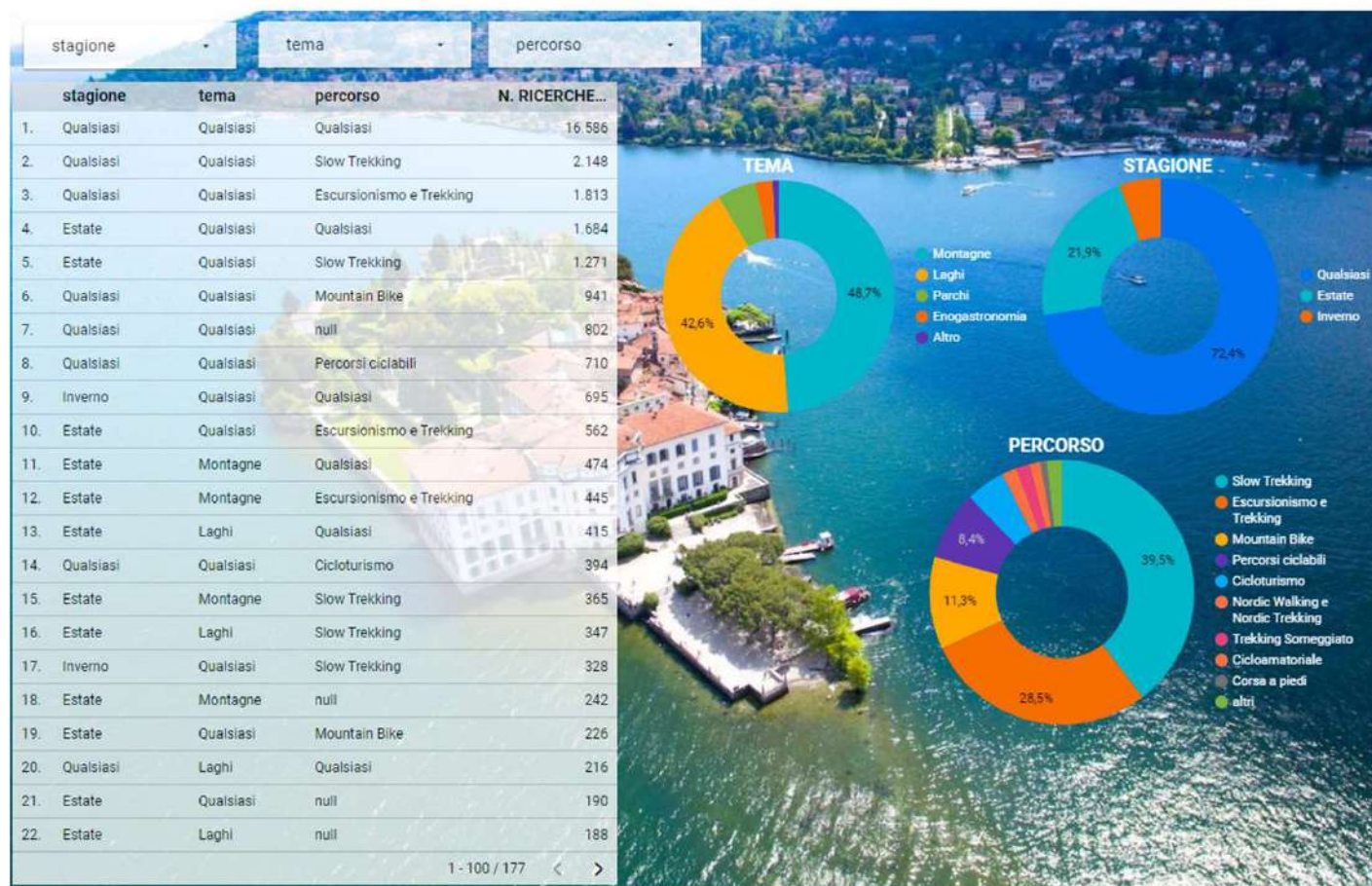




WEB ANALYTICS PER DISTRETTOLAGHI.IT

Fonte: Report per anno 2021 Google Analytics | Elaborazione Google Data Studio

ANALISI DELLE RICERCHE DELL'UTENTE IN UNA DELLE SEZIONI DEL SITO PIU' VISITATE: "OUTDOOR E PERCORSI"



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

RECOMMENDATION SYSTEM

Qui a lato vi presentiamo un'analisi delle ricerche basate sull'esperienza di navigazione dei nostri utenti che utilizzano il portale [distrettolaghi.it](https://www.distrettolaghi.it) per la consultazione e la scoperta di itinerari e percorsi.

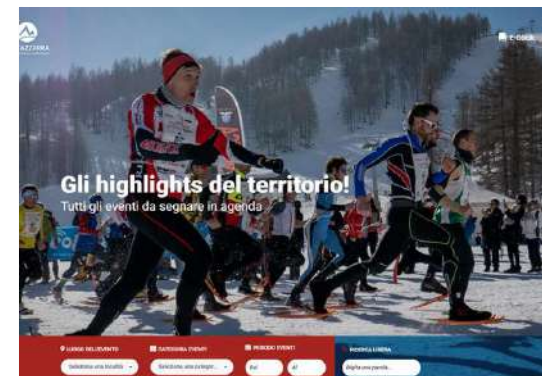
In merito a quest'attività, il DTL informa che grazie al progetto DESy – Digital Destination Evolution System, di cui aggiorneremo più avanti – la destinazione del Distretto Turistico dei Laghi si è dotata, nel corso del 2021, di una piattaforma di marketing automation leader di mercato, capace di raccogliere i dati e le preferenze degli utenti per attuare una comunicazione personalizzata. Si potrà godere di tutti i benefici derivati dalla dotazione di questo strumento non solo durante il progetto, ma anche negli anni futuri. Nello specifico, in questa sezione, parliamo di un motore di raccomandazione installato sul portale che si collegherà direttamente al sistema di marketing automation fornendo al turista un'esperienza digitale ottimizzata e omogenea e permettendo ai nostri uffici di scoprire le preferenze di viaggio sulla nostra destinazione.



PROGETTI SPECI@LI



- ✓ PROGETTI DTL: NEVEAZZURRA | WEBCAM | 4 SEASONS
- ✓ PROGETTI INTERREG: DESy | LAGHI E MONTI BIKE | BICIPELOACQUA
- ✓ ATTIVITA' E PROGETTI REGIONE PIEMONTE E VISIT PIEMONTE



Progetto NEVEAZZURRA

MISSION E OBIETTIVI > Il progetto Neveazzurra è nato nell'anno 2001 per volontà dell'Assessorato allo Sport e Turismo della Provincia del VCO che ha assegnato la gestione promozionale e amministrativa dello stesso al DTL. Lo scopo del progetto è quello di promuovere il comprensorio sciistico incluso tra le Valli dell'Ossola e il Mottarone, identificandolo con il nome di Neveazzurra, creando una partnership tra gli Enti pubblici e soggetti privati. **ATTIVITÀ PER GLI UTENTI** > Attraverso i suoi canali e le sue iniziative Neveazzurra fornisce ogni anno agli appassionati sciatori e amanti dell'outdoor informazioni tecniche dettagliate, contatti, aggiornamenti, proposte e offerte, immagini e video sulla tematica outdoor e sportiva estiva ed invernale, per un'informazione a 360°. **ATTIVITÀ PER I PARTNER** > Attraverso i suoi canali e le sue iniziative Neveazzurra fornisce ogni anno ai suoi partner supporto informativo di varia natura (brochure tematiche/ partecipazione a fiere / workshop), servizi dedicati (webcam, sito internet, pagina eventi, profili social), promozione e sponsorizzazioni a carico del progetto (redazionali e tabellari su testate di settore, tv, post sponsorizzati...), partecipazione a progetti regionali ed europei. **SUPPORTI A UTENTI E PARTNER** > Il DTL mette a disposizione dell'UTENTE i seguenti servizi: brochure tematiche, sito internet istituzionale, mappe 3D, social media, webcam, bollettino neve. Il DTL mette a disposizione dei PARTNER i seguenti servizi: brochure tematiche, sito internet istituzionale, mappe 3D, pagine social media, webcam, bollettino neve, newsletter, campagne promozionali e concorsi, campagne pubblicitarie, fiere e workshop, materiale promozionale multimediale, progetti con Regione Piemonte, gadget. **ATTIVITÀ STAGIONE 2021** > Aggiornamento sito DTL e LME sui percorsi SNOW TREK e realizzazione fatmap dedicate, promozione sulle pagine social, promozione metropolitana su tram e bus, servizio webcam, nuovo bollettino neve, promozione e comunicazione su testate print e online dedicate all'outdoor invernale ed estivo.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSOLA





Progetto SNOW TREK

IL PRODOTTO > Considerato il topic trend dell'outdoor e dei percorsi trekking alla portata di tutti, il DTL ha creato questo nuovo prodotto, dal nome evocativo SNOW TREK, facente parte della collana «SLOW» dedicata al turismo outdoor e sostenibile. E' stata significativa infatti, negli ultimi anni, la richiesta da parte di grandi e piccini di ciaspolate nel nostro territorio. Gli itinerari descritti sono 12 per questa prima edizione, testati personalmente dalla famiglia Voglino, composta da una coppia di trekker con figlia piccola, in modo da essere davvero garantiti come «*family friendly*». Gli itinerari si sviluppano tutti nei pressi delle stazioni sciistiche e tra le valli facenti parte del comprensorio di Neveazzurra. Dalle ciaspolate eseguite, i trekker - che sono anche noti autori di guide escursionistiche - hanno editato le schede percorso corredate di mappa, dati tecnici, files satellitari e immagini d'impatto scattate per l'occasione dal fotografo ossolano Marco Benedetto Cerini. **OUTPUT DEL PROGETTO**> La stampa (5.000 copie per la prima pubblicazione) della guida «SNOW TREK Guida ai percorsi con le ciaspole per tutta la famiglia», la pubblicazione del relativo ebook sui siti ufficiali dell'ATL e l'inserimento degli itinerari sul sito istituzionale e sul nuovo portale del DTL dedicato all'outdoor LAGO MAGGIORE EXPERIENCE, corredato dalle mappe 3D animate di Fatmap per intraprendere percorsi virtuali che rendono la scoperta del nostro territorio ancora più emozionante e coinvolgente.





Progetto WEBCAM

IL PRODOTTO > Il Distretto Turistico dei Laghi ha lanciato a dicembre 2021 un nuovo circuito di webcam sparse sull'intero territorio turistico tra Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola, notevolmente ampliato rispetto al passato, per offrire ai numerosissimi utenti più spazi e molti più luoghi da monitorare attraverso le gettonatissime sezioni dedicate sui siti istituzionali www.distrettolaghi.it e www.lagomaggioreexperience.it. **QUALI WEBCAM** > Sicuramente non mancano le immagini provenienti dalle stazioni sciistiche del comprensorio di Neveazzurra, che in estate si trasformeranno in paesaggi montani "verdi" e nemmeno le località turistiche d'eccellenza dell'area tra i 3 laghi e le valli, le cui webcam scatteranno immagini del territorio comunale oppure immagini legate ad attrazioni turistiche molto conosciute. **TECNOLOGIA** > L'aggiornamento delle tecnologie è stato fortemente voluto per migliorare l'offerta del servizio, per questo motivo le nuove webcam di proprietà dell'ATL sono ulteriormente all'avanguardia, con tecnologia Night & Day ad alta risoluzione e temperatura di funzionamento da -30°C a +60°C con possibilità di intervento d'urgenza e assistenza 24 ore al giorno 7 giorni su 7 per tutto l'anno, per garantire la massima efficienza e la massima performance quotidiana! **NUMERI** > Le sezioni webcam dei siti istituzionali dell'ATL – il circuito più completo, possiamo dire, dell'intero territorio di competenza - attraggono da tempo un grande interesse da parte degli utenti, tanto da essere – dati alla mano - le pagine più visitate del sito: secondo la Fonte Google Analytics le visualizzazioni annuali della sola pagina webcam sono state quasi 500.000 su un totale di quasi 2,5 milioni di visualizzazioni dell'intero sito per l'anno 2020 e quasi 700.000 su un totale di quasi 3 milioni di visualizzazioni dell'intero sito per l'anno 2019. Dal 2022 i dati delle visualizzazioni saranno nuovamente fonte di monitoraggio. **PARTNER** > Al fine di arricchimento del circuito il DTL ha stretto un'importante collaborazione con l'Associazione Meteo Live VCO.



Progetto **FOUR SEASONS** TREND TOPIC

IL PROGETTO > Nell'ambito dei progetti Art. 21 L.R. 14/2016 relativi ai contributi per la promozione e la commercializzazione dei prodotti turistici del Piemonte, il Distretto Turistico dei Laghi ha programmato, per l'anno 2021, importanti investimenti promozionali dedicati sia al mercato nazionale che internazionale suddivisi in quattro stagioni per garantire la promozione del territorio durante tutto l'arco dell'anno. **AZIONI INTRAPRESE, INERENTI PREVALENTEMENTE IL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR, MONTAGNA E IL TURISMO CULTURALE** > VIDEO ISTITUZIONALE, AZIONI PROMOZIONALI a livello locale («Musica in Quota» e «Sky Sport ICARUS TV») WEBINAR "Let's Spring Between Lakes and Alps", PRESS TOUR Riprese TV TF1 FRANCIA (reportage sul Lago Maggiore e il Lago d'Orta), SERVIZIO TELEVISIVO SU «BELL'ITALIA», WED IN ITALY "Storia di un Matrimonio all'Italiana" (Progetto "Piemonte for Weddings" by Italy for Weddings - Convention Bureau Italia), "FAM TRIP VIRTUALE E WEBINAR PER IL MERCATO ITALIANO" (per Agenzie di viaggio italiane e tour operator), GARDEN TOURISM OPEN DAY EVENT (alla scoperta delle Ville e dei Giardini del Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e delle Valli dell'Ossola), LONELY PLANET PIEMONTE LIVE TOUR, realizzazione progetto grafico e stampa n. 1.000 copie brochure "MICE & WEDDING", aggiornamento grafico e stampa n. 5.000 pieghevoli "PANORAMI DEL LAGO D'ORTA", realizzazione progetto grafico e cartografie guida "FOR ALL", campagna social FB E INSTAGRAM, realizzazione nuova guida "SNOW TREK", acquisto pagine promozionali su settimanale "ECO RISVEGLIO" e trasmissione Sky "LIVE IN LAGO MAGGIORE".





Progetto DESy

PARTNER E FINANZIAMENTO > Finanziato dal Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia Svizzera 2014 – 2020, è un Progetto triennale iniziato nel 2019 e finanziato per parte italiana per € 903.774,29 e vede il DTL capofila e partner la Provincia del Verbano Cusio Ossola e l'Agenzia Turistica Locale della Provincia di Novara. Capofila per parte svizzera, con un finanziamento di CHF 560.000,00, è l'Agenzia Turistica Ticinese con partner l'Università della Svizzera Italiana e la Scuola Universitaria professionale della Svizzera italiana. Il progetto si concluderà a febbraio 2023. **OBIETTIVI** > Mettere a disposizione del turista il servizio giusto al momento giusto e, al contempo, permettere alle destinazioni di avere più informazioni sulle abitudini degli ospiti per pianificare investimenti di marketing mirati. **STATO DEL PROGETTO** > Grazie a DESy la Regio Insubrica può oggi disporre di una piattaforma leader di mercato, capace di fornire contenuti migliori agli utenti sulla base dei propri comportamenti. Nel primo biennio sono state costruite le fondamenta strutturali che permettono di costruire attività di marketing sempre più personalizzate, su misura per gli ospiti. Già oggi le destinazioni coinvolte hanno accesso a informazioni in tempo reale sul grado di occupazione delle camere. In questo modo possono mettere in atto azioni di promozione basate sulla fluttuazione delle prenotazioni. **IL PROSSIMO FUTURO** > Il tempo rimanente alla conclusione del progetto sarà dedicato all'introduzione di nuovi servizi digitali per migliorare l'esperienza dell'ospite. In particolare verranno predisposti: welcome kit personalizzati digitali o da ritirare allo sportello; itinerari sensoriali auditivi per iniziare a immaginare la propria esperienza; sistemi di raccomandazione sulle attrazioni da visitare in base al tipo di vacanza che attende l'ospite; experience card ottenibili online che offrano diversi vantaggi e sconti e pacchetti tematici che uniscano diverse attività su percorsi di uno, due o più giornate.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA





Progetto LAGHI & MONTI BIKE

PARTNER E FINANZIAMENTO > Finanziato dal Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia Svizzera 2014 – 2020. Il Progetto triennale iniziato nel 2019 e finanziato per parte italiana per € 1.399.950,00 vede il DTL partner con azioni per € 79.950,00 e capofila l'Unione Montana Alta Ossola Capofila per parte svizzera è il Comune di Bedretto. Il progetto intende completare il percorso bike (MTB) transfrontaliero Gottardo-Airolo-Domodossola-Lago Maggiore attraverso il P.so San Giacomo. Quest'asse, ora interrotto al confine, consentirà di collegare i Percorsi Nazionali Svizzeri n.1 e n.3 con il percorso d'interesse per la Regione Piemonte "Via del Mare" e di raccordare tra loro 3 comprensori MTB: Gottardo Bike Arena (CH), Blenio Bike (CH) e Ossola Bike Arena (IT). **SCOPO** > La promozione turistica sostenibile della Valle Formazza e della Valle Bedretto nonché di tutto il fondovalle della Provincia del VCO fino al Lago Maggiore, lo sviluppo di una rete transfrontaliera di percorsi cicloturistici e di servizi per gli utenti strettamente interconnessa con altre forme di mobilità. Particolare attenzione sarà data alla mobilità elettrica e infine all'organizzazione di una rete di bike hotel ulteriori strutture ricettive bike friendly lungo i percorsi. **AZIONI 2021** > Il DTL, nel corso dell'anno 2021, ha affidato l'incarico al comunicatore di progetto che ha elaborato un piano di comunicazione contenente la definizione del concept e della strategia e ha provveduto a emettere comunicati stampa e post sui principali canali social del DTL per informare gli utenti. Nel corso dell'anno è stato inoltre conferito l'incarico per il censimento completo della rete dei percorsi bike del territorio Lago Maggiore sponda piemontese, Lago d'Orta, colline tra i Laghi Maggiore, d'Orta e Valli dell'Ossola. **AZIONI 2022** > Entro la fine dell'anno 2022 verrà ultimata la descrizione con nomenclatura universalmente riconosciuta dei percorsi bike Top dal punto di vista turistico (e relative VIDEOCLIP promozionali) inclusa la mappatura in formato satellitare, la realizzazione di una carta di dettaglio, la raccolta di documentazione fotografica relativa. Il progetto giungerà a termine nella prima metà dell'anno 2023.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



ITINERARI



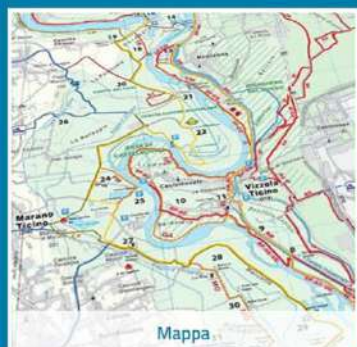
Via del Mare



Pedemontana



Via del Ticino



Mappa



Galleria Video



Galleria Fotografica



Progetto BICIPELOACQUA

PARTNER E FINANZIAMENTO > Progetto «Bicipeloacqua» finanziato dal Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia Svizzera 2014 – 2020. Il Progetto triennale iniziato nel 2019 e finanziato per parte italiana per € 900.000,00 vede il DTL partner con azioni per € 45.000,00 e capofila l'ATL della Provincia di Novara Capofila per parte svizzera è HES HO Valais Wallis. **SCOPO** > In un territorio dove il fattore comune è l'acqua, con grandi fiumi e laghi, una fitta rete di canali irrigui che portano la vita in risaia, Bicipeloacqua vuole realizzare uno dei più affascinanti itinerari ciclo turistici a vantaggio di un pubblico che, sempre più numeroso, guarda ad un turismo responsabile e sostenibile. La sfida è quella di aumentare l'attrattiva dell'intera area, con l'obiettivo di potenziare e valorizzare gli itinerari ciclabili esistenti e realizzare interventi condivisi e fortemente innovativi per il territorio, quali ad esempio il potenziamento delle competenze degli operatori economici e culturali, la comunicazione, l'uso di tecnologie cartografiche avanzate. **AZIONI 2021** > Proprio nell'ambito del potenziamento delle competenze degli operatori il Distretto ha realizzato, nel corso dell'anno 2021, due percorsi formativi indirizzati al personale addetto al settore di comunicazione e marketing dei partner di progetto, al personale addetto agli uffici di informazione e accoglienza turistica, alle professioni turistiche (guide, accompagnatori turistici, naturalistici e cicloturistici) e alle Agenzie di incoming. Il primo di essi si è concretizzato in un corso di Digital marketing (Digital Academy) con focus sul cicloturismo e il secondo sui servizi FIAB dedicati all'accoglienza bike-friendly. Entrambi i corsi miravano a favorire un approccio degli operatori locali sempre più efficace al mondo della "Bike Hospitality", secondo le più attuali e rinnovate esigenze del turista e utilizzando gli strumenti più innovativi del digital marketing con particolare riguardo al rilancio del settore post-pandemia. Il progetto è stato prorogato fino alla primavera dell'anno 2023.

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSOLA





Authentic freedom.

Piemonte. An unexpected experience.



ECCELLENZE DEL PIEMONTE IN VETRINA



Attività e Progetti REGIONE PIEMONTE e VISIT PIEMONTE



CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE REGIONALE «AUTENTICA LIBERTÀ» PER LA STAGIONE INVERNALE > Sci, gusto, spirito e bellezza sono stati i temi della pianificazione multisoggetto lanciata su stampa, radio e ambienti digitali per la stagione invernale 2021-22. La campagna ha promosso gli sport della neve con lo slogan “Autentica libertà”, declinato sui vari comprensori sciistici. Immagini stagionali sono abbinate anche a gusto, spirito e bellezza per coprire nei mesi invernali tutta la gamma offerta piemontese. Per il nostro territorio è stata scelta l’immagine di Riale (Valle Formazza) con i suoi ciaspolatori. PUBBLICAZIONI SU: speciale Scimagazine, 7 del Corriere Della Sera, Sportweek (il settimanale di Gazzetta del sabato in edicola), Donna allegato al Corriere della Sera, canale Viaggi Corriere.it, La Stampa, La Repubblica (nazionali), Venerdì di Repubblica, Repubblica online, Sole24ORE, Radio Montecarlo, Icarus Ultra, Montagna TV, Sport Outdoor TV, Circuito Grandi Stazioni Milano Centrale, Genova P.Principe e Genova Brignole, Bari Centrale, Napoli, Roma Termini, Torino Porta Nuova, Venezia Mestre e Aeroporto di Milano Malpensa. **ECCELLENZE DEL PIEMONTE IN VETRINA 2021: IL TARTUFO DI ALBA INCONTRA LE ECCELLENZE OSSOLANE!** > Ricco programma di eventi diffusi su tutto il Piemonte e al Castello di Roddi, con la partecipazione di giornalisti e opinion leader per l’esperienza «reale» delle eccellenze regionali. Il calendario 2021 delle cene della rassegna “Eccellenze del Piemonte in Vetrina” ha coinvolto naturalmente anche la nostra ATL e il territorio del Distretto Turistico dei Laghi Monti e Valli che, rappresentato dallo Chef stellato Giorgio Bartolucci di Domodossola, ha scelto di celebrare la gustosa cucina dell’Ossola abbinandola al Tartufo di Alba in ben due appuntamenti di rilievo: cena al Castello di Roddi (CN) il 22/11/2021 e cena presso Atelier Restaurant* Domodossola (VB) il 30/11/2021. **CAMPIONI DI OSPITALITÀ** > “Campioni di Ospitalità” è un percorso formativo esperienziale e partecipativo che nasce su iniziativa di VisitPiemonte, Unioncamere Piemonte e di tutto il sistema camerale e turistico nell’ambito del progetto “Piemonte Outdoor Commission”, al fine di stimolare l’avvio di micro attività imprenditoriali nel settore del turismo Outdoor. La prima fase del percorso ha coinvolto la nostra ATL e i suoi operatori outdoor con 2 workshop in presenza a Baveno, presso la Sede Camerale a Villa Fedora, il 28 ottobre 2021 e il 18 novembre 2021. I partecipanti sono stati circa una ventina (guide turistiche, accompagnatori turistici, naturalistici, cicloturistici e di media montagna, strutture ricettive, operatori bike, operatori sport outdoor...).



SUPPORTO E COLL@BORAZIONI

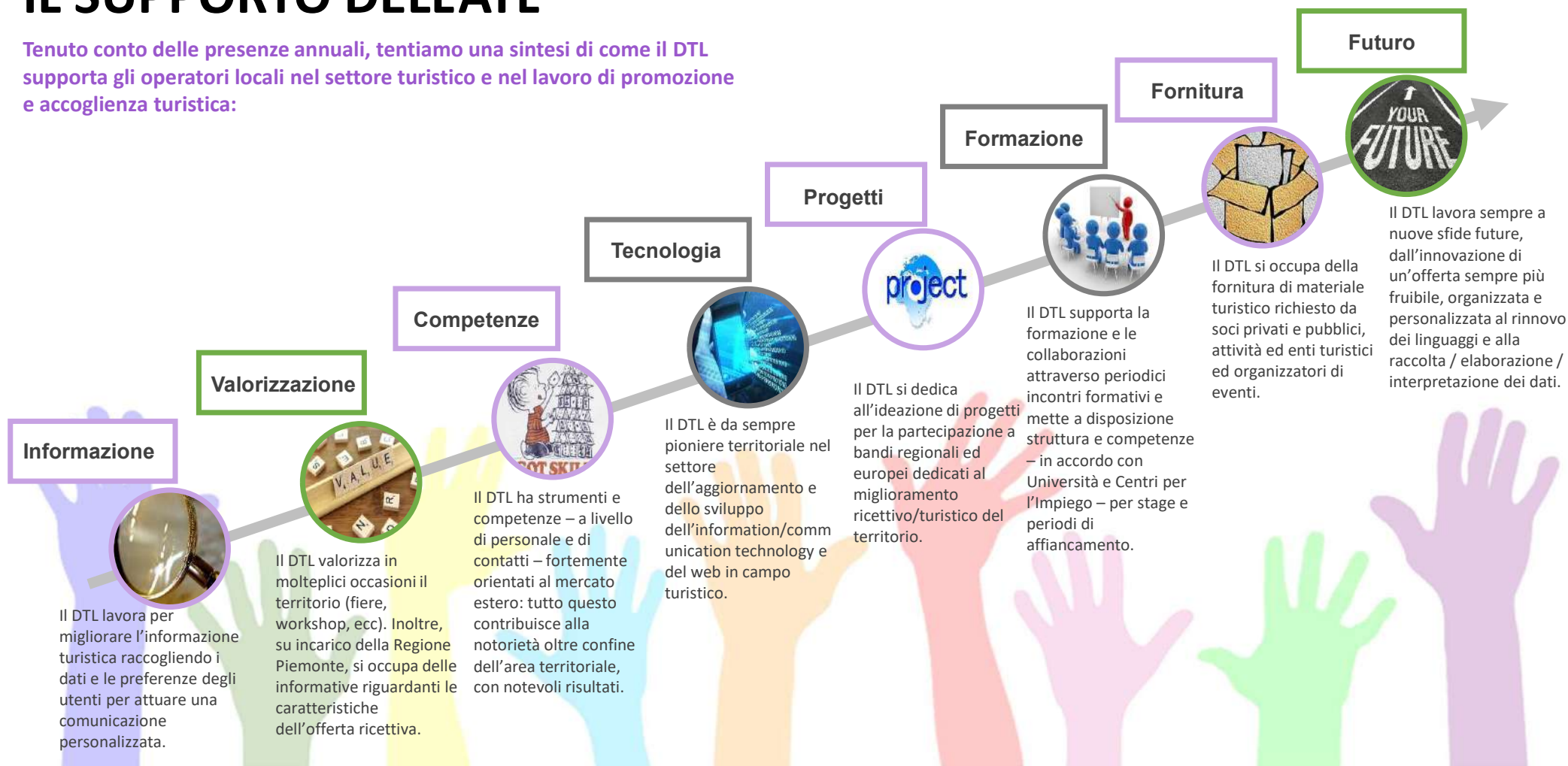


- ✓ IL NOSTRO SUPPORTO
- ✓ INCONTRI FORMATIVI E WEBINAR
 - ✓ PATROCINI
- ✓ COORDINAMENTO E SOSTEGNO
 - ✓ UFFICIO IAT DELL'ATL



IL SUPPORTO DELL'ATL

Tenuto conto delle presenze annuali, tentiamo una sintesi di come il DTL supporta gli operatori locali nel settore turistico e nel lavoro di promozione e accoglienza turistica:



INCONTRI FORMATIVI

Gli incontri e i corsi formativi/informativi, in presenza o in forma virtuale, promossi e supportati dal Distretto Turistico dei Laghi. Eventi rivolti agli operatori del settore turistico locale o ad agenti viaggio/tour operators italiani ed internazionali. In collaborazione con agenzie di marketing, associazioni, università, enti provinciali e regionali.

24 e 26 febbraio - 3 marzo 2021

WEBINAR "FOR ALL Turismo per Tutti. Tutti Turisti" - VIRTUAL

Allo sviluppo del turismo accessibile tra laghi e monti è dedicato il progetto FOR ALL, attuato dalla nostra ATL in collaborazione con Società Cooperativa Differenza di Domodossola e Associazione di Promozione Sociale Rotellando. Un ciclo di webinar, a partecipazione gratuita, rivolti agli operatori turistici locali al fine di sensibilizzare e formare chi opera con il visitatore circa le pratiche più efficaci da applicare nella quotidianità per accogliere le differenti esigenze. Tematiche affrontate: LA VISITA DI LUOGHI E ATTRAZIONI PER TURISTI CON DISABILITA' modulo rivolto a gestori di attrazioni, agenzie incoming e uffici turistici; IL SOGGIORNO DI TURISTI CON DISABILITA' modulo per strutture ricettive e agenzie incoming; L'ACCOGLIENZA A FAVORE DI TURISTI CON DISABILITA' modulo rivolto a tutti. Intervengono gli esperti Elisabetta Schiavone, Architetto specializzato in accessibilità dei siti turistici per persone con disabilità motorie; Giovanni Ferrero, Direttore Consulta per le Persone in Difficoltà Torino; Gabriele Favagrossa, Responsabile Spazio Accessibilità AIAS Milano Onlus; Fabrizio Marta, Presidente Differenza Soc. Coop. e APS Rotellando.

19 marzo 2021

WEBINAR "LET'S SPRING BETWEEN LAKES & ALPS!" - VIRTUAL

Un'azione promozionale mirata che il Distretto Turistico dei Laghi ha intrapreso nei confronti di 6 mercati esteri target - Francia, Svizzera, Germania, Olanda, UK e USA. Si tratta di una giornata di formazione, realizzata su piattaforma online dedicata e curata da guide turistiche locali abilitate in qualità di destination experts, per raccontare a 35 Tour Operators internazionali le esperienze più autentiche e sostenibili tra ville e giardini, percorsi outdoor immersi nel verde, wellness e terme alpine, buon cibo, il tutto a contatto con la cultura locale di laghi e monti. Il webinar, a partecipazione gratuita, è stato organizzato dalla nostra ATL, con il supporto tecnico dell'agenzia Tourist Trend, come prima fase del progetto di promozione dell'incoming estero rivolto a T.O. stranieri nel corso del 2021 e seguito, nel medesimo mese di marzo, dal Virtual Workshop b2b "LET'S SPRING BETWEEN LAKES & ALPS!".

ninja

ACADEMY

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSOLA



INCONTRI FORMATIVI

Gli incontri e i corsi formativi/informativi, in presenza o in forma virtuale, promossi e supportati dal Distretto Turistico dei Laghi. Eventi rivolti agli operatori del settore turistico locale o ad agenti viaggio/tour operators italiani ed internazionali. In collaborazione con agenzie di marketing, associazioni, università, enti provinciali e regionali.

20 aprile – 14 maggio 2021

DIGITAL MARKETING ACADEMY: IL TURISMO 4.0 TRA STRATEGIE E CONTENUTI INNOVATIVI - VIRTUAL

Il Distretto Turistico dei Laghi ha organizzato insieme a Ninja Academy - scuola di formazione sulle competenze digitali - una "Digital Academy" a distanza nell'ambito del Progetto Interreg "BICIPELOACQUA", destinata ai partner di progetto addetti al digital marketing, guide turistiche, accompagnatori naturalistici, accompagnatori cicloturistici, personale degli Uffici Turistici IAT/InfoPoint, i principali attrattori turistici e le agenzie incoming, tutti attivi nelle province di Novara e Verbano Cusio Ossola. Tra le tematiche toccate: strategie digitali, SEO strategy, Facebook Marketing, Instagram & Social ADV, Content Marketing & Storytelling, Digital Media Planning, Digital Analytics.

23-25-30 novembre 2021

CORSO DI FORMAZIONE DIGITAL SUL CICLOTURISMO - Progetto Interreg BICIPELOACQUA - VIRTUAL

Nell'ambito del Progetto Interreg BICIPELOACQUA, il Distretto ha promosso un corso formativo su piattaforma digitale dedicato al tema del cicloturismo con il supporto di FIAB Federazione Italiana Ambiente e Bicicletta. Il corso si è svolto su tre giornate con esperti della bicicletta in grado di inquadrare l'argomento nel delicato periodo attuale prevedendone gli scenari futuri, in un'ottica di rilancio dell'economia turistica, e donando informazioni pratiche a strutture ricettive e operatori desiderosi di investire in slow tourism e accoglienza bike-friendly. Sono intervenuti, per parte italiana, referenti FIAB a livello nazionale (Michele Mutterle Segretario organizzativo FIAB) e locale (Giulio Rigotti FIAB Novara e Alessandro Pirocchi FIAB VCO) ed ETIFOR Valuing Nature - Spin-off Università di Padova (prof. Diego Gallo), mentre per parte svizzera R&D Cycling e Alta Scuola di Gestione Turismo HES-SO Valais-Wallis. Al corso sono stati invitati operatori, strutture ed enti dell'offerta turistica e bike delle Province di Novara e VCO e del Canton Vallese (CH). Il corso, a partecipazione gratuita, è stato organizzato dalla nostra ATL con il supporto tecnico di En.A.I.P. Piemonte – CSF Borgomanero.



PATROCINI & COMPARTECIPAZIONI AD INIZIATIVE ED EVENTI

Nel corso del 2021 sono state patrocinate e supportate le seguenti iniziative:

Circolo Culturale Gian Vincenzo Omodei Zorini – “Premio Letterario Internazionale Città di Arona Gian Vincenzo Omodei Zorini”

Associazione Settimane Musicali di Stresa – “Stresa Festival”

Associazione Culturale e Sociale Gente di Lago e di Fiume – “Gente di Lago”

Associazione Musica in Quota – rassegna “Musica in Quota”

Associazione Festival delle Due Rocche - rassegna culturale “Teatro sull’Acqua”

Associazione Cori Piemontesi – “Festival Corale del Lago Maggiore” e “Archivi Corali”

Città di Stresa – “Premio Giallo Stresa”

Unione Turistica Lago d’Orta – “Lago d’Orta Wine Festival”

Comune di Verbania - “Mostra della Camelia”

Associazione Arca di Noè APS - Progetto ExploArt

Verbano Yacht Club A.S.D. – “Attività sportive 2021” e “Regata Nazionale Modelvela Classe IOM”

Aletica AVIS Ossolana – “Trail del Calvario”

A.S.D. MTB I Gufi di Poggio – gara di enduro in mountainbike “Enduro dei Gufi”

Orta Festival – “Orta Festival 2021”

Vigevano & Friends S.r.l. – “Meraviglia Festival”

Associazione Culture d’Insieme nel VCO - Iniziativa editoriale per la valorizzazione del territorio “FREGUI – Briciole di memoria in cucina tra Valgrande e Lago Maggiore”



PATROCINI & COMPARTECIPAZIONI AD INIZIATIVE ED EVENTI

Nel corso del 2021 sono state patrocinate e supportate le seguenti iniziative:

Associazione Sportiva GSH Sempione 82 A.S.D. – Competizione sportiva atletica a livello nazionale

ARCI Verbania APS – “Festival di arte e sostenibilità ambientale”

Comitato Festeggiamenti San Vito Omegna – “San Vito Omegna 2021”

Fondazione Istituto Sacra Famiglia ONLUS – progetto “Vite in prospettiva. Relazioni, autonomia e salute per ripartire insieme”

Comune di Castelletto Sopra Ticino – “Parata Dello Sport 2021”

Associazione Orticola Verbanese – “Flower Exhibition”

A.S.D. San Domenico Sport – “Rampigada Trail Running e Rampigada Vertical”

A.S.D. Search Go - “Progetto Sentiero Italia – 7.000 Km da vivere”

Direzione artistica Tones on the Stones – “Tones on the Stones”

Comitato Fondazione Carlo Bossone – mostra retrospettiva “Carlo Bossone... uno stile, una scuola...”

Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa - Università degli Studi del Piemonte Orientale – “Scuola estiva 2021”





Ogni anno il DTL riceve numerose richieste di supporto da parte di studenti maturandi e laureandi che hanno scelto di trattare, nelle loro dissertazioni, argomenti e materie legate a tematiche turistiche che hanno come ambito il territorio di competenza dell'ATL.

Il personale dell'Ufficio supporta liceali ed universitari con l'invio di materiale informativo, numeri e statistiche, consigli sul reperimento di informazioni, contatti e indicazione di referenti al fine di accompagnare il tesista alla più completa stesura delle argomentazioni.



Il DTL richiede annualmente ai 94 Comuni e 23 Uffici Turistici l'aggiornamento delle informazioni turistiche relative all'anno entrante per il rinnovo del database dedicato, utile al pubblico in visita allo IAT del DTL o che scrive ai nostri uffici.



Il DTL collabora con giornalisti, tour operator ed enti locali soci fornendo immagini, video e informazioni sul territorio, per la realizzazione di contenuti e pubblicazioni print, online e video a supporto della promozione del territorio.

Vista la scarsa distribuzione di materiale avvenuta nel 2020 a causa della pandemia che ha creato un blocco del settore turistico con conseguente inattività delle strutture ricettive e degli uffici turistici, nel corso del 2021 è stata programmata una fornitura straordinaria di materiale presso gli uffici turistici del territorio per garantire un'adeguata promozione: CARTINE TURISTICHE ITA/ING/FRA/TED **141.500** - CARTINE TURISTICHE RUS/GIA/OLA/SPA **14.100** - CARTINE TURISTICHE CINESE/INGLESE **9.800** - AREE SOSTA CAMPER **3.850** - CARTINA BIKE **10.550** - FOOD&WINE ITA **4.080** - FOOD&WINE ING **4.160** - LIBRETTI COUER, NEL CUORE DEI CAMMINI D'EUROPA **740** - NEVEAZZURRA **3.175** - OSSOLA E DINTORNI **3.450** - PANORAMI DEL LAGO D'ORTA **850** - SACCHETTI DI CARTA DTL **18.870** - SLOW TREK 1° ED. **1.960** - SLOW TREK 2° ED. **1.250** - TERRE DI BENESSERE **2.520** - VACANZE A 4 ZAMPE **2.400** - VERGANTE DA PERCORRERE **3.760** - VIVERE I LAGHI **830** - WINTER MAP **9.000** - ESPOSITORI DA BANCO IN CARTONE **76**

COORDINAMENTO & SOSTEGNO ATTIVITÀ UFFICI TURISTICI e altri progetti e collaborazioni

Segnaliamo inoltre le collaborazioni che da sempre legano il DTL agli operatori dell'accoglienza turistica, della ricettività e della formazione dei giovani in ambito turistico. Anche per l'anno 2021 il DTL si è impegnato nelle sopra elencate attività di supporto.

2021 UFFICIO IAT DTL

Il nostro ufficio IAT, nel corso del 2021, ha garantito regolarmente l'apertura nonostante lo stop forzato e i Decreti legati allo stato di emergenza nazionale manifestatasi durante i vari mesi dell'anno. Come sempre il nostro front office ha offerto servizi di informazione e accoglienza turistica in rappresentanza dell'intero territorio di competenza - Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola.

ANDAMENTO IAT DTL (agosto - dicembre 2021)

ALTA STAGIONE (agosto/settembre/ottobre): con picchi nei mesi di agosto e settembre, il periodo di piena stagione ha visto un forte flusso di turismo italiano e di prossimità che, tradizionalmente in netta minoranza, nel 2021 si è attestato al 40/50% del totale. La rimanenza comunque elevata (50/60%) è stata lo zoccolo duro del turismo straniero, in particolare Germania e Francia (mercati europei tra i più vicini, ben collegati alla nostra destinazione via auto). Una situazione nel complesso positiva che riflette le conseguenze dell'emergenza sanitaria allora in corso. Da sottolineare è il riaffacciarsi del turista italiano in numero crescente rispetto al passato, che auspichiamo possa diventare consuetudine.

BASSA STAGIONE (novembre/dicembre): numeri in linea con il periodo che vede la chiusura delle principali attrazioni sui laghi, con un andamento provenienze che come di consueto registra una maggiore percentuale di italiani (70/85%) da regioni di prossimità e la presenza di stranieri (15-30%), prevalentemente da Francia e Germania.



Lo IAT di competenza per tutto il territorio



TEMI DI MAGGIORE INTERESSE TRA IL PUBBLICO IN VISITA ALLO IAT DTL

Con uno sguardo d'insieme, tutto il territorio del DTL è stato oggetto di interesse: in primis Lago Maggiore, affiancato da Lago d'Orta e subito a seguire Valli Ossolane. I prodotti maggiormente richiesti dal pubblico in visita al nostro IAT sono stati proprio quelli da noi proposti nell'ottica più recente di promozione dello slow tourism e quindi: **LEISURE** (ville e giardini, borghi, monumenti e musei) e **OUTDOOR** (percorsi trekking e bike, per famiglie), a cui si affiancano domande prettamente pratiche legate a trasporti (Navigazioni e Vigezzina su tutti), servizi al turista (noleggi bike e boat) e proposte eventi. Durante la stagione invernale sono pervenute spesso richieste riguardanti l'offerta sciistica del Comprensorio Neveazzurra.

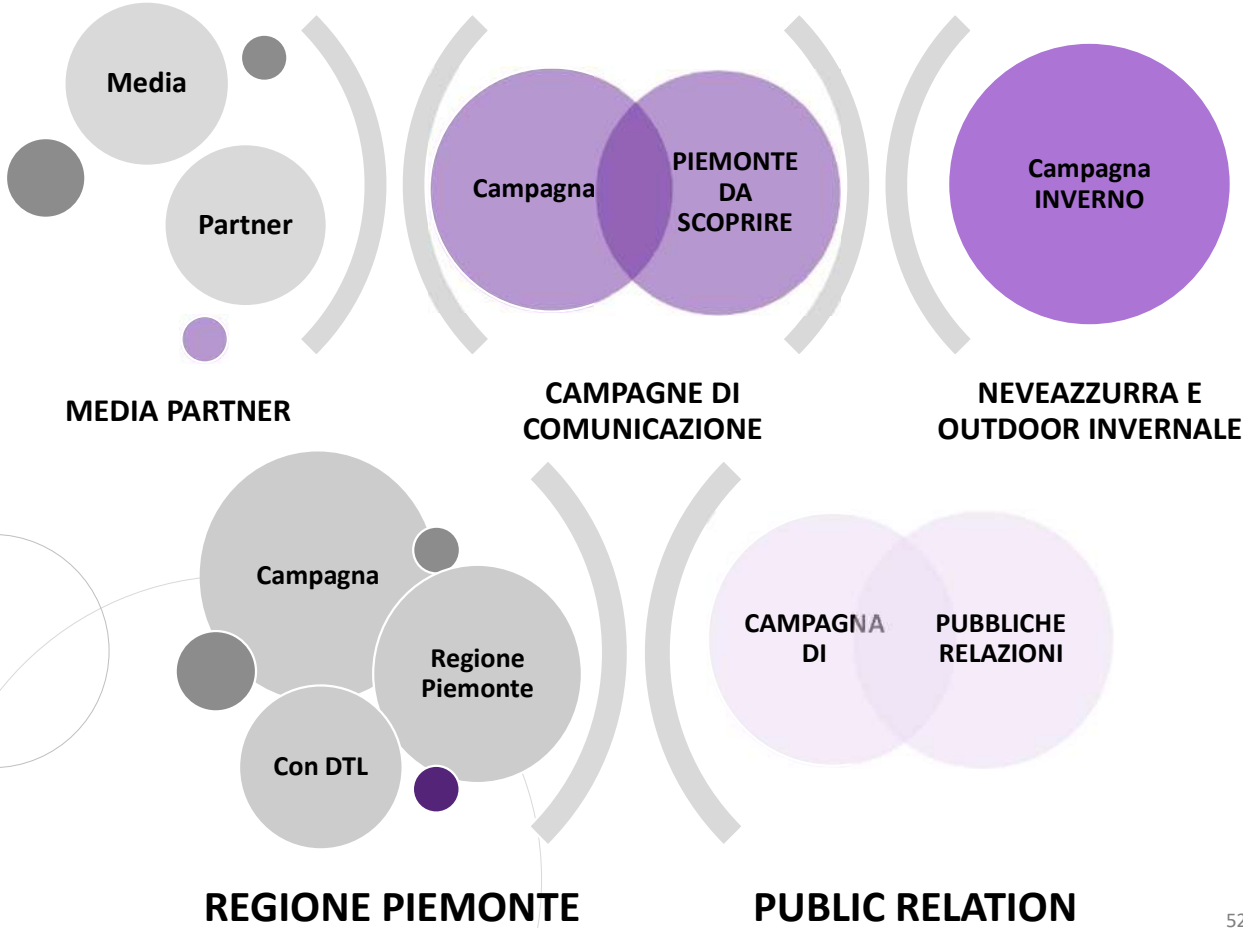


La sua mission è la promozione combinata di proposte sui laghi ed esperienze sui monti

DISTRIBUZIONE PRINCIPALI PUBBLICAZIONI CARTACEE DEL DTL

A comprovare l'elevato gradimento delle nostre guide cartacee da parte dei turisti utenti del front office del DTL - e a rispecchiare i temi di maggiore interesse di cui sopra - si segnala che le pubblicazioni maggiormente richieste sono state: la **CARTA TURISTICA** del territorio, le **CITY MAP** delle varie località tra laghi e monti, la guida ai percorsi a piedi **SLOW TREK**, la carta cicloturistica **BIKE** sui percorsi in bicicletta, la guida **OSSOLA E DINTORNI**, la guida **VERGANTE DA SCOPRIRE** e la guida al wellness **TERRE DI BENESSERE**. Durante la stagione invernale, ben accolta è stata la guida e winter map **NEVEAZZURRA**.

MEDIA EXPOSURE





ADV METROPOLITANA AMSTERDAM



ADV TRAM TORINO



ADV TRAM TORINO



«LUST AUF ITALIEN»

«THAT'S ITALIA»



ADV BUS NOVARA

MEDIA PARTNER

Per la promozione del territorio attraverso convenzioni media e advertising



CAMPAGNA «OUT OF HOME» CON PANNELLI LUMINOSI A MONACO DI BAVIERA



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



ADV BUS MILANO



ADV BUS MILANO



SPOT WINTER



SPOT NEVE MERCATO SVIZZERO



SPOT PRIMAVERA MERCATO ITALIA



CLIP MERCATINI DI NATALE



CLIP PROMOZIONE ITINERARI DI CIASPOLE



CLIP PROMOZIONE SACRI MONTI

PIEMONTE DA SCOPRIRE

Campagna pubblicitaria sulle TV piemontesi, lombarde, liguri e svizzere



CLIP PROMOZIONE FERRATE DEL TERRITORIO



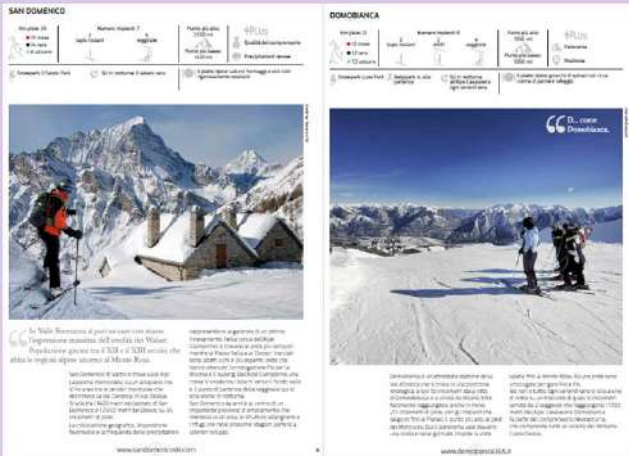
CLIP RIAPERTURE ISOLE E GIARDINI



CLIP PROMOZIONE ORTA SAN GIULIO E I SENTIERI DEL QUADRIFOGLIO DI AMENO



CLIP PROMOZIONE PERCORSI TREKKING E MTB



SCI, GUSTO, SPIRITO E BELLEZZA SONO STATI I TEMI DELLA PIANIFICAZIONE MULTISOGGETTO LANCIA TA SU STAMPA, RADIO E AMBIENTI DIGITALI PER LA STAGIONE INVERNALE 2021-22. LA CAMPAGNA HA PROMOSSO GLI SPORT DELLA NEVE CON LO SLOGAN “AUTENTICA LIBERTÀ”, DECLINATO SUI VARI COMPENSORI SCIISTICI. IMMAGINI STAGIONALI SONO ABBINATE ANCHE A GUSTO, SPIRITO E BELLEZZA PER COPRIRE NEI MESI INVERNALI TUTTA LA GAMMA PIEMONTESE.



GENOVA PIAZZA PRINCIPE
NAPOLI CENTRALE
TORINO PORTA NUOVA



CAMPAGNA INVERNO

Campagna di comunicazione regionale per la stagione invernale sui network italiani e mercati esteri

LA CAMPAGNA DI PIANIFICAZIONE DEL PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE LEGATE AL PERIODO NATALIZIO SI È AVVALSA DI UNA CAMPAGNA DIGITAL SUL MERCATO ITALIANO E I MERCATI OBIETTIVO ESTERO DI PROSSIMITÀ (FRANCIA E SVIZZERA), CON AZIONI DI DISPLAY ADV SU NETWORK EDITORIALI DEL COMPARTO TURISTICO E LIFESTYLE, CON LA PUBBLICAZIONE DI NATIVE SU TESTATE ONLINE, ACCOMPAGNATA DA UNA CAMPAGNA SPONSORIZZATA SOCIAL SU FACEBOOK ED INSTAGRAM.



PIEMONTE PROTAGONISTA PER TRE MESI A SKI DUBAI – MALL OF THE EMIRATES, LA PIÙ GRANDE STAZIONE SCIISTICA DEL MEDIO ORIENTE.

VIDEO WALL DI MILANO MALPENSA – DICEMBRE 2021

PER IL NOSTRO TERRITORIO È STATA SCELTA L'IMMAGINE DI RIALE (VALLE FORMAZZA) CON I SUOI CIASPOLATORI.

ARCHIVIO FOTOGRAFICO DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI – FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL' OSSOLA



Il Borgo della Cultura, bene di preziosi locali di ristorazione, è ancora oggi profondamente circondato dalla cinta muraria.

Alzi la mano chi non l'ha mai nominata facendo lo spelling! Da Mike Bongiorno in poi, è diventata la città con la D per anomalia, e già per questo meriterebbe una visita. Ma Domodossola è molto più di una lettera dell'alfabeto telefonico: crocevia di culture e di commerci al centro delle sette valli dell'Ossola, ha un nucleo antico di impronta medievale da scoprire passeggiando con calma per ammirare i suoi palazzi storici e le intime piazze porticate. Il giorno ideale per programmare una gita a Domodossola? Il sabato, per non perdersi lo storico e millenario mercato nell'omonima piazza, circondata da suggestivi portici quattrocenteschi. Prima di andar via, assicuratevi di assaggiare almeno un piatto di gnocchi all'Ossolana, di castagne e zucca, conditi con burro e salvia o con sugo d'arrostato.

MAGAZINE «ELLE» - AGOSTO 2021



QUOTIDIANO «QN» - LUGLIO 2021



SETTIMANALE DEDICATO AI VIAGGI «QN WEEKEND» - GENNAIO 2021



QUOTIDIANO «IL GIORNO» - LUGLIO 2021



«DSV MAGAZINE» «SKY&BERGE» (GERMANIA, BAVIERA)



PROMOZIONE CON REGIONE PIEMONTE 2021

Volta alla promozione della destinazione turistica DTL



POST DI VISIT PIEMONTE «#PIEMONTESTORIES» MAGAZINE «QN ITINERARI» - FEBBRAIO 2021



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSOLA



MAGAZINE «GUIDA CAMMINI» DI «LA REPUBBLICA» FEBBRAIO 2021



MAGAZINE «DOVE» DIC/GEN 2021



MAGAZINE «THAT'S ITALIA» DIC/GEN 2021





SPECIALE PRIMAVERA «ENIT TOKYO»



MAGAZINE ITALIANO PLEIN AIR N. 111
NOVEMBRE 2021



SCIMAGAZINE - FEBBRAIO 2022



PERIODICO TRIMESTRALE N. 111
ANNO XX LUGLIO 2021



ATTIVITA' DI PUBBLICHE RELAZIONI

Campagne promozionali realizzate in Italia e all'estero con il supporto della nostra ATL



RUBRICA CROSSROADS DEL GIORNALE OPEN.ONLINE

DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA



MAGAZINE «LUST AUF ITALIEN»



RUBRICA DI VIAGGI WUNDERSCHÖN! DEL CANALE TELEVISIVO TEDESCO WDR



ALLEGATO AL N. 111 DI MERIDIANI E MONTAGNE LUGLIO 2021



DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI, MONTI E VALLI DELL'OSSOLA

LUNGOLAGO DI STRESA
FOTO DI MARCO BENEDETTO CERINI



SEGUICI ONLINE!



infoturismo@distrettolaghi.it



www.distrettolaghi.it | www.lagomaggioreexperience.it | www.camminidevozionali.it



[Facebook](#) | [Instagram](#) | [You Tube](#) | [Twitter](#)



DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI

Lago Maggiore:
Lago d'Orta
Lago di Maggiore
Morti e Valli d'Ossola



Vivi la tua Lago Maggiore Experience