

Distretto Turistico dei Laghi Scrl

Corso Italia 26 - 28838 Stresa (VB)

Tel. 0323 30416

infoturismo@distrettolaghi.it

www.distrettolaghi.it | www.lagomaggioreexperience.it

PROGETTUALITÀ 2026



**PIANIFICAZIONE ATTIVITÀ
ATL DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI MONTI E VALLI DELL' OSSOLA**



REGIONE
PIEMONTE

DISTRETTO
TURISTICO
DEI LAGHI

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



SOMMARIO

Introduzione	2
Comunicazione	3
Promozione trade	7
Promozione digitale	9
Progetti Distretto Turistico dei Laghi	13
Progetti con Regione Piemonte	14
Grandi eventi Regione Piemonte	19
Progetti Interreg ITA-CH 2021-2027	22
Accoglienza e informazione turistica	25

INTRODUZIONE

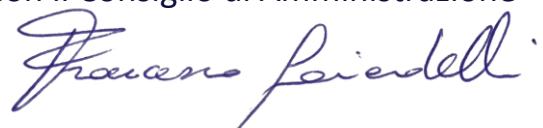
Il presente documento è parte integrante del Budget di Attività 2026 e comprende le attività che l'ATL Distretto Turistico dei Laghi intende sviluppare nei prossimi 12 mesi

attraverso il contributo economico della Regione Piemonte, dei Soci pubblici e privati nonché dai fondi derivanti dai Progetti Europei, in un'ottica di investimento e stimolo per il territorio e le imprese dell'intero comparto turistico.

Tutte le attività seguono le linee guida della Regione Piemonte e vengono sviluppate anche in sinergia con DMO Visit Piemonte.

In linea con quanto previsto dall'art. 4 dello Statuto Sociale, il Distretto Turistico dei Laghi svilupperà quindi le attività in seguito descritte.

Il Presidente
Francesco Gaiardelli
con il Consiglio di Amministrazione



COMUNICAZIONE

Attività e strumenti per l'informazione turistica

L'attività di informazione viene espletata attraverso una **collana di opuscoli illustrativi delle risorse del territorio** e attraverso lo sviluppo e la consultazione del **sito internet istituzionale** www.distrettolaghi.it articolato nelle sezioni "Esplora la destinazione", "Esperienze" (Outdoor & Natura – Arte, Cultura & Fede – Benessere - Enogastronomia), Ospitalità, Eventi, Webcams, Ebook.



Rientrando tra i servizi istituzionali a favore dei Soci, del territorio e dei mercati, lo stesso materiale viene dalla nostra ATL regolarmente stampato, stoccatto e distribuito:

- presso la **sede** (IAT) del Distretto Turistico dei Laghi di Stresa (VB)
- ai **turisti** presenti sul territorio, tramite la rete degli uffici di Informazione ed Accoglienza Turistica (IAT) e gli Info point
- a pubblico e **operatori di settore** durante manifestazioni fieristiche b2b e b2c
- alle agenzie viaggio e tour operator, mice operator e wedding planner nazionali ed esteri
- ai **privati** che ne fanno richiesta di spedizione
- **eventi** di stampo turistico-culturale sul territorio
- alle **strutture ricettive** del territorio
- agli **uffici ENIT** presenti nelle capitali europee
- a **Regione Piemonte e VisitPiemonte**, l'agenzia turistica regionale (DMO)
- a operatori di settore, **giornalisti**, autori, case di produzione televisiva o cinematografica, influencer durante educational tour sul territorio
- ai **soci** dell'ATL
- agli **uffici stampa e di comunicazione** che collaborano costantemente con l'ATL

Il Distretto Turistico dei Laghi **digitalizza costantemente tutta la library dei prodotti cartacei** realizzati, già disponibile sui siti istituzionali per consultazione, stampa e download.

Il Consiglio di Amministrazione valuterà, nel corso dei prossimi mesi, eventuali nuove brochure/ristampe da realizzare unitamente alle tematiche da trattare.

Sono previste nei prossimi mesi **l'aggiornamento e le ristampe** di alcune brochure tra cui: "Vie Storiche di Montagna dalle Valli dell'Ossola al Lago Maggiore" (art. 20 L.r. 14/2016/FUNT), "Romantici laghi, Alpi maestose" (L.R. 14/2016, art. 21); collana City Maps (Stresa/Gignese, Santa Maria Maggiore, Cannero Riviera, Baveno, Cannobio, Mergozzo, Omegna, Orta San Giulio, Domodossola/Bognanco, Macugnaga, Vogogna, Arona, Pettenasco, Verbania, Premia/Formazza, Crodo/Baceno, Nebbiuno/Massino Visconti, Malesco/Druogno, Lesa/Meina/Belgirate, Ghiffa

È prevista per inizio 2026, in previsione dell'avvio della stagione turistica, la stampa del nuovo pieghevole "CASTELLI, TORRI, MURA: luoghi d'antichi sguardi su laghi e monti" (L.R. 14/2016, art. 21).

COMUNICAZIONE

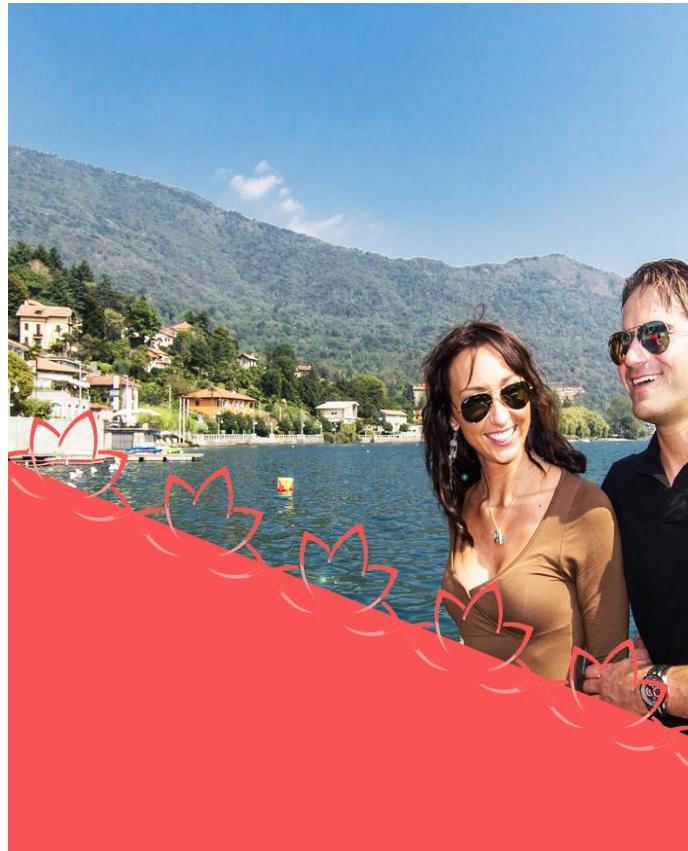
Proseguzione periodica del progetto “Media Partner”

Nel corso dell’anno 2026 il DTL attuerà, promuoverà, finanzierà e coordinerà la pianificazione della promozione di tematiche legate alla destinazione attraverso **convenzioni con carta stampata, tv, radio e web-radio nazionali ed internazionali, social networks, web e advertising, per la promozione del territorio**. Restano confermati i seguenti strumenti/veicoli di promozione: newsletter periodiche con attività di e-mail marketing, testate giornalistiche locali e nazionali e i loro inserti/rubriche speciali, sponsorizzazioni, attività di *Programmatic Advertising* con comunicazione targettizzata e realizzazione di campagne mirate.



Campagna di Comunicazione Press “CASTELLI, TORRI, MURA” sponsorizzata sul mercato Italia tramite publiredazionale/reportage e ADV

Realizzazione di publiredazionale / reportage su più pagine con pagina finale ADV per informare e promuovere nel dettaglio l’offerta di castelli, torri e mura al pubblico di lettori italiano. La comunicazione presterà particolare attenzione all’attualizzazione del tema trattato e alla sua puntualità rispetto agli audience target (appassionati di viaggi, outdoor, natura, arte e cultura).



Campagna di Comunicazione Press “LaXURY” sponsorizzata sul mercato Italia tramite publiredazionale su testate di rilevanza nazionale

Nei mesi di Marzo e Aprile 2026 verrà realizzata dal DTL una Campagna su magazine cartacei nazionali di settore Viaggi, Lifestyle e Femminili, appartenenti alle principali case editrici italiane, tramite pagina publiredazionale comune, adattata al nuovo visual grafico “Piemonte”, in un connubio di testi e immagini accattivanti affinché l’azione sia funzionale alla valorizzazione in ottica esperienziale e slow della nostra destinazione, i Laghi del Piemonte, ove il benessere a tutto tondo regalato dalla vacanza è percepito come il nuovo vero lusso. Ogni brand editoriale a suo modo parlerà del tema e di turismo arrivando al cuore del lettore. Alla molteplice offerta paesaggi, cultura, enogastronomia, outdoor dei nostri Laghi verrà data dunque una particolare accezione emozionale che tenga conto degli aspetti qualitativi, sostenibili ed inclusivi della vacanza. I lettori saranno appassionati di authentic travel ed esperienze in vacanza, dalla Cultura locale all’Outdoor in Natura, dall’Enogastronomia all’Artigianato di eccellenza.

Campagne di comunicazione off-line per la promozione del territorio



Mostra fotografica “MOSTRA APERTA I Laghi Piemontesi, autenticità ed emozioni en plein air” nel centro storico di Milano

Esposizione in pieno centro storico a Milano di 20 immagini iconiche in grande formato di Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola, fronte/retro, supportate da eleganti strutture portafoto. La mostra sarà posizionata lungo Corso Vittorio Emanuele del capoluogo milanese. Il target della campagna sarà l'ampio pubblico milanese e lombardo, ma anche nazionale e internazionale, gravitante nel centro storico di Milano durante la mostra. La città di Milano è estremamente vicina al territorio dei Laghi piemontesi, a cui è comodamente e direttamente collegata grazie

all'asse ferroviario Milano-Domodossola-Sempione e a quello autostradale A8 Milano-Laghi.

Cross Promotion “LaXURY” brandizzata Distretto Turistico dei Laghi di caratura nazionale e internazionale presso gli Aeroporti Milano Malpensa e Torino Caselle



Campagna di comunicazione brandizzata Distretto Turistico dei Laghi presso i grandi Aeroporti di Milano Malpensa e Torino Caselle che assume una valenza promozionale di caratura nazionale ed internazionale rispetto ai tanti viaggiatori che circolano presso i due hub, l'uno in Lombardia e l'altro in Piemonte. Si promuoverà ai passeggeri di Malpensa e Caselle il territorio *in ottica esperienziale* e *benessere* per tramite di presidi e tool di

promo-comunicazione della fattura e del numero più opportuni riportanti immagini accattivanti ed emozionali, un pay-off/slogan d'effetto, i contatti, i loghi istituzionali dell'ATL e regionali e uno stile in linea con il nuovo visual grafico “Piemonte”. **I presidi così prodotti richiameranno l'idea del Turismo Esperienziale, il Turismo del Well-being sui laghi piemontesi.**

PROMOZIONE TRADE

FIERE & WORKSHOP 2026: l'ATL con Regione e Visit Piemonte

Il Distretto Turistico dei Laghi partecipa annualmente, quale ATL di riferimento per il territorio Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola, ai principali **eventi fieristici e workshop nazionali e internazionali**, la partecipazione ai quali avviene tramite gli spazi ENIT Ente Nazionale per il Turismo e viene **organizzata e richiesta da Regione Piemonte – Direzione Turismo e DMO Visit Piemonte**.

Fiere e workshop costituiscono il canale primario ed esclusivo per un'ATL per entrare in contatto con il mondo del Trade turistico, costituito dagli operatori della domanda ovvero agenti viaggio e tour operator.

L'evento FIERA è vetrina istituzionale per l'ATL e il territorio che rappresenta così come per Regione e l'intero territorio piemontese, per questo ogni ATL ha a disposizione il proprio desk o spazio espositivo; in essa, inoltre, si instaurano rapporti diretti con il pubblico di visitatori del paese in cui la stessa ha luogo (fiera b2c) e/o con i tour operator e agenti viaggio del paese medesimo (fiera b2b). Il WORKSHOP si pone come evento di trade puro (b2b) in cui l'ATL è in grado di incontrare una selezione mirata di agenti e tour operator del mercato target di riferimento, interessata specificatamente ai Laghi e al Piemonte.



La presenza del DTL a fiere e workshop nazionali ed internazionali, in collaborazione con Regione e Visit Piemonte, non prevede *alcun costo di partecipazione* in quanto essa viene *offerta direttamente dagli organi regionali*. D'altro canto, la presenza del DTL a tali eventi garantisce sempre:

- **la realizzazione di un'attività essenziale di promozione turistica per un'ATL** nell'ambito del suo ordinario operato, elemento da sempre costituente la sua natura identitaria;
- **la corretta rappresentanza in Italia e all'estero del nostro territorio, primo in Piemonte per presenze internazionali**, che gode di 4,6 milioni di presenze l'anno di cui il 80% stranieri (fonte: Osservatorio Turistico Regionale 2024), rappresentanza che non può mancare nel rispetto della destinazione di competenza e dei nostri operatori turistici da un lato, così come dall'altro a garanzia che i Laghi siano orgogliosamente in prima linea insieme a tutti gli altri territori piemontesi all'interno di uno spazio espositivo Regione Piemonte;
- **l'operato professionale del personale DTL qualificato**: le nostre risorse mettono in campo forti capacità relazionali, alta formazione nel campo delle scienze del turismo ed abilitazioni professionali (guida del territorio o accompagnatore turistico), abilità multilingue e conoscenza approfondita del territorio e delle sue risorse, esperienza pluriennale in ATL e nel settore della promozione turistica;



PROMOZIONE TRADE

- il **rapporto umano con il tour operator, di primaria importanza in un'epoca sempre più digitale e spersonalizzata** come quella attuale: la creazione di una relazione vera tra buyer e seller, al contempo professionale e personale; la possibilità per il tour operator di associare un volto fidato alla destinazione Laghi piemontesi significa per lui *vendere di più* i Laghi;
- la **creazione di rapporti profittevoli tanto con agenzie viaggio e tour operator quanto con nuovi potenziali fornitori di qualità** per il DTL, che è chiamato alla loro turnazione nell'ambito della procedura affidamenti di P.A.: gli eventi trade sono proprio *le* iniziative in cui è possibile per l'ATL mostrarsi loro e fare la loro conoscenza.

Di seguito **una selezione**, non di tipo quantitativo ma **di tipo qualitativo** (basata cioè sulla portata e l'efficacia dell'evento e sulla sua collocazione rispetto ai mercati target del DTL), **delle più importanti FIERE e WORKSHOPS 2026 italiane ed estere** ove ideale è la presenza del Distretto:

In collaborazione con *Regione Piemonte e Visit Piemonte DMO*:

Fiere Nazionali:

- **ITALIA - BIT Milano, Febbraio 2026** – La principale fiera turismo italiana B2B/B2C
- **ITALIA - TTG Rimini, Ottobre 2026** – La principale fiera turismo italiana B2B

Fiere Internazionali:

- **GERMANIA - ITB Berlino, Marzo 2026** – La principale fiera turismo europea B2B
- **REGNO UNITO - WTM Londra, Novembre 2026** – La principale fiera turismo europea B2B
- **SPAGNA – IBTM Barcellona, Novembre 2026** – La principale fiera MICE europea B2B



Ad esse potranno aggiungersi **2 ROADSHOW “PIEMONTE”** (combinata di Workshop b2b con meetings con buyer internazionali + serata-evento con presentazione di Regione e singoli territori) organizzati da *Visit Piemonte* sui mercati europei, l'uno nel primo semestre, l'altro nel secondo semestre 2026 oltre alla possibilità di partecipazione a ulteriori proposte fieristiche 2026 sia su **mercato nazionale** che **internazionale** afferenti a **prodotti e esperienze** vivibili nel territorio del Distretto negli ambiti **CULTURA** (Ville e Giardini/Borghi/Musei/Castelli/Siti UNESCO), **NATURA & OUTDOOR** (Trekking/Bike/Sport acquatici/Golf/Aree protette/Neve), **ENO GASTRONOMIA** (Prodotti tipici/Vini DOC/Ristoranti Michelin, gourmet e della tradizione), **WELLNESS** (Terme alpine/Spa hotel) e che altrettanto importanti per noi, oltre al **LEISURE** (vacanza di svago e piacere), sono i segmenti MICE (Congressi/Incentive/Team building/Eventi), **WEDDING** (Destination wedding laghi per coppie straniere) e **LUXURY** (Top accommodation/Servizi alta gamma/Fine dining/Shopping delle eccellenze).

Infine, si segnala che i principali **mercati target** su cui regolarmente viene indirizzata l'attività di promozione del Distretto sono: **MERCATI TRADIZIONALI** Italia, Germania/Austria, Svizzera, Francia, Regno Unito, Belgio/Paesi Bassi, Nord America; **MERCATI EMERGENTI/IN CRESCITA** Scandinavia, Spagna, Europa dell'Est, Australia. Tali mercati target seguono i dati statistici sui flussi turistici per ATL emessi annualmente dall'Osservatorio Turistico Regionale, nonché i dati di passaggio annuali presso il nostro Ufficio Turistico IAT interni.

Proseguzione delle azioni e delle attività introdotte grazie alla scorsa programmazione Interreg ITA-CH

Nell'anno 2026 proseguirà l'impegno per la **trasformazione digitale del territorio turistico**, non solo per il turista ma anche per gli attori principali del territorio. L'obiettivo concreto sarà quello di portare avanti i servizi digitali realizzati e arricchire "cruscotto digitale" per gli stakeholder, fornendo loro dati utili per monitorare il flusso degli arrivi e degli interessi.

I **servizi digitali realizzati che verranno mantenuti attivi** a seguito del rinnovo delle licenze delle piattaforme (e fruibili attraverso il sito del DTL) saranno:

- **SITO WWW.DISTRETTOLAGHI.IT:** il portale è nato con lo scopo di favorire la trasformazione digitale della destinazione, migliorando anche la personalizzazione dei servizi offerti al turista
- **SERVIZIO DI EMAIL – MARKETING:** il nostro personale, grazie alla formazione fatta attraverso i finanziamenti della passata programmazione Interreg, è ora in grado di gestire autonomamente la nuova piattaforma dedicata – tra le altre cose - all'invio di newsletter che possano monitorare i desiderata degli utenti iscritti.
- **SERVIZIO DIGITALE PODCAST:** gli «Itinerari da Ascoltare» del DTL parlano del territorio attraverso un percorso sensoriale, fatto di profumi, sapori, musica e sensazioni tattili, già disponibili sulle piattaforme Speaker, Apple Music e Spotify. Oltre ai 16 podcast esistenti si aggiungeranno, nel corso del 2026, 4 nuovi podcast su una selezione di Castelli, Torri e Mura contestualizzandola nel territorio ospitante. Il percorso di visita che si dipana attraverso l'audio-racconto è slow e pone l'accento sugli aspetti sensoriali propri di ciascun luogo (visivi, sonori, olfattivi, tattili), emergono dunque suoni, evocazioni e sensazioni, oltre alle parole. La risultanza è quella di rendere l'ascolto immersivo ed emozionale, oltre che divulgativo. Il podcast rappresenta uno strumento atto a promuovere l'accessibilità del prodotto "CASTELLI, TORRI E MURA" del DTL, a supporto del pubblico ipovedente o dalla ridotta mobilità. Il prodotto finito fornirà dunque un apporto di inclusività da parte della destinazione e della sua offerta culturale.



- **SERVIZIO DIGITALE - WELCOME KIT:** il pacchetto di benvenuto gratuito che viene fornito al turista in forma digitale da ricevere via e-mail o in forma fisica, da ritirare presso lo IAT del Distretto Turistico dei Laghi di Stresa. Contiene brochure turistiche e ebook suggeriti/inviai/distribuiti in base alla preferenza di interessi scelta attraverso il form presente in homepage.



- **SERVIZIO DIGITALE DI ASSISTENTE VIRTUALE (CHATBOT):** Nel primo quadrimestre dell'anno **Assistente virtuale digitale** multilingue sviluppato grazie al progetto Interreg DESy e presente sul portale istituzionale sarà migliorato e attualizzato grazie sviluppo dell'intelligenza artificiale. Si sono già presi contatti e richiesti preventivi per l'aggiornamento tecnologico che prevederebbe l'uso di uno strumento similare a CHAT GPT "addestrato" a fornire risposte tratte dalle informazioni turistiche presenti unicamente sul sito www.distrettolaghi.it, in modo da evitare gli errori che potrebbero insorgere se il database di riferimento fosse l'intero web. **L'investimento nel Chatbot** risponde all'esigenza strategica di modernizzare e rendere più efficiente il nostro servizio di informazione e renderlo accessibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7 e massimizzando l'impatto dei contenuti del

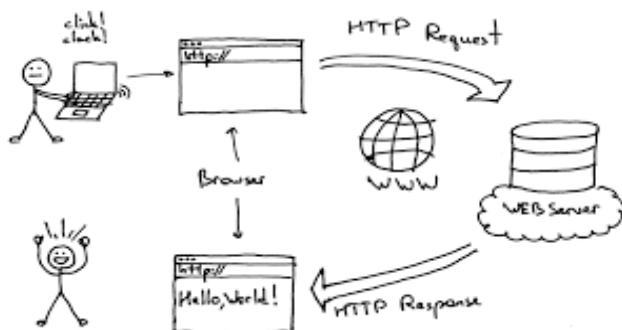


sito; l'investimento fatto ogni anno nello sviluppo dei contenuti sarà quindi immediatamente fruibile dal pubblico target. Lo strumento permetterà, inoltre, di raccogliere dati preziosi sulle domande più frequenti e sugli interessi reali dei visitatori. Questo feedback è essenziale per ottimizzare le strategie di promozione future e per identificare eventuali lacune

informative nei servizi esistenti, rafforzando quindi il ruolo del DTL come ente promotore del territorio. Tra i vantaggi strategici si possono elencare: l'aumento della soddisfazione del turista (UX), una promozione mirata dei contenuti dei progetti che si realizzano di anno in anno e una presenza digitale innovativa.

Infine, la scelta della tecnologia basata sul web scraping è strategica in quanto garantisce al chatbot la capacità di aggregare e mantenere automaticamente aggiornate, in tempo reale, una vasta gamma di informazioni eterogenee provenienti e fruibili dal nostro portale istituzionale,

assicurando al turista risposte complete e sempre allineate con la dinamicità dell'offerta territoriale, riducendo al contempo l'onere di aggiornamento manuale per il personale ed eventuali errori.



PROMOZIONE DIGITALE

12

Interoperabilità di distrettolaghi.it con visitpiemonte.com, piemonteitalia.eu e il TDH del Ministero del Turismo

L'attività, prevista per il 2026, sarà quella di **proseguire nelle procedure di export semi automatica e automatica di contenuti dal sito istituzionale del DTL verso il portale di Visit Piemonte**, coerentemente alle specifiche di interoperabilità fornite e in stretta collaborazione e interazione con gli uffici regionali.

I contenuti oggetto di export da DTL a Visit Piemonte/Piemonte Italia (e consecutivamente al TDH) saranno:

- Gli eventi DDL
- I percorsi outdoor/itinerari bike e trekking
- I luoghi/attrattori
- Gli articoli/ispirazioni

Le attività intraprese per attivare l'interoperabilità e proseguire con la stessa includono:

- Il mapping dei contenuti
- L'attivazione di nuove tassonomie
- L'invio periodico di contenuti con relativa approvazione da parte di Visit Piemonte

Riflessi di bellezza tra terra e cielo
Luoghi ideali dove trascorrere una giornata, un weekend o una vacanza a ritmo diverso, i laghi sono la cornice naturale dove scoprire il Piemonte del relax. Qui il tempo si dilata piacevolmente tra tranquille passeggiate con vista sulla corona di boschi, cime e colli, visite a borghi e architetture antiche, mini-crocere in battello, tradizioni e curiosità della tavola.

Progetto “Neveazzurra”: Lago Maggiore Winter e Summer Experience



Il DTL gestisce e coordina da oltre 20 anni il progetto legato al **comprensorio sciistico di Neveazzurra** con il sostegno economico degli enti territoriali (pubblici) e delle stazioni sciistiche (private) aderenti. Attraverso i suoi canali e le sue iniziative Neveazzurra fornisce agli appassionati sciatori e amanti dell'outdoor informazioni, aggiornamenti, proposte, offerte e dettagli tecnici in termini di sport e attività outdoor invernali ed estive.

Alcune azioni di progetto incluse nelle attività per l'anno 2026:

- ✚ aggiornamento, promozione e contenuti per la **pagina FB LagoMaggiorExperience**;
- ✚ aggiornamento del **sito internet** dedicato all'outdoor estivo ed invernale www.lagomaggioreexperience.it e del **sito istituzionale** www.distrettolaghi.it
- ✚ coordinamento servizio di **bollettino neve** (a cura delle stazioni sciistiche) in nuova partnership con i portali 3B Meteo e Neve Italia;
- ✚ monitoraggio e assistenza del **circuito di 30 webcam** turistiche e invernali sparse sull'intero territorio di competenza, con nuovo fornitore.
- ✚ progetti di “**Instagram Marketing**” per la creazione di interazione/engagement e l'aumento della notorietà della destinazione turistica;
- ✚ collaborazione con Regione e Visit Piemonte per la **promozione – attraverso fiere e pubblicazioni - del prodotto “Neve”**;
- ✚ prosecuzione dell'attività di ufficio stampa dedicato al **prodotto outdoor sulle 4 stagioni** in collaborazione con l'Agenzia di Comunicazione DAG di Milano. Anche per l'anno 2026 sono rinnovate e confermate le attività di: promozione territoriale lacustre e montana, attività promozionali sui mercati italiani e stranieri, precisa e mirata attività di comunicazione rivolta alla stampa italiana su testate specializzate in sport della neve, montagna, ciclismo/mtb, trekking, turismo, life style, fitness e salute, invio dei comunicati stampa a giornalisti e redazioni italiane interessati ai temi del turismo combinato all'outdoor al lago e in montagna, redazione di comunicati stampa, organizzazione di 2 viaggi stampa sul territorio dell'ATL (autunno/inverno e primavera/estate), realizzazione di rassegne stampa stagionali.

Progetto CASTELLI, TORRI E MURA. Luoghi d'antichi sguardi su laghi e monti



Arte, cultura e storia, turismo slow. I castelli, le torri e le mura del Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola, sulle cui radici si fonda la prestigiosa storia della nostra destinazione turistica piemontese. Castelli, torri storiche e di guardia, mura cittadine, **racchiudono preziosi elementi di paesaggi panoramici (di "vedetta") da un lato e cultura, architettura, arte e storia dall'altro** e li veicolano, ad oggi, in un'ottica più che mai attuale di **turismo lento, sostenibile e consapevole**.

Tra i tanti modi di viaggiare in modalità slow, di tendenza e naturalmente green, da soli o in compagnia, spiccano tra i **Laghi Maggiore, Mergozzo e d'Orta**, fin su ai **piedi delle Alpi con l'Ossola**, luoghi d'altri tempi, di antiche origini, che raccontano la storia della nascita e della vita passata dei nostri luoghi. Il turismo storico e castellano in questa splendida regione tra Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e le Valli dell'Ossola offre un **affascinante viaggio tra storia, natura e cultura**. Questa zona, ricca di antichi castelli, torri, mura e borghi medievali, permette ai visitatori di immergersi in un patrimonio storico unico, circondato da paesaggi mozzafiato di laghi e montagne. **Esplorare queste fortezze significa scoprire le radici profonde di un territorio** che ha visto passare secoli di storia, offrendo esperienze autentiche e suggestive per chi desidera unire il piacere della scoperta culturale a quello del paesaggio circostante. Tali luoghi non sono solo strutture di difesa, ma anche dei **veri e propri tesori di bellezza e storia**. Oggi, molti di questi luoghi sono diventati e diventeranno attrazioni turistiche che offrono panorami mozzafiato, grazie alla loro posizione strategica su colli e alture.

I soggetti coinvolti nel progetto sono **attrattori turistici** (castelli, torri, mura) gestiti dal pubblico (Comune, ente) e dal privato (impresa, associazione); **operatori turistici** (strutture ricettive, agenzie incoming, guide turistiche abilitate e uffici di informazione e accoglienza turistica IAT); **servizi al turista** (ristorazione, produttori, trasporti); **località turistiche del territorio del Distretto Turistico dei Laghi Monti e Valli dell'Ossola**.

Le AZIONI DI PROGETTO sono attualmente e saranno, da parte del DTL, la realizzazione di:

- 1) REALIZZAZIONE DEL PIEGHEVOLE “CASTELLI, TORRI E MURA - LUOGHI D’ANTICHI SGUARDI SU LAGHI E MONTI”.
- 2) REALIZZAZIONE DI PUBBLIREDAZIONALE SU PIU’ PAGINE LEGATO AL TEMA “CASTELLI, TORRI E MURA”, SU TESTATA/RIVISTA SELEZIONATA DI LIVELLO DI IMPRONTA CULTURALE/TURISTICA
- 3) REALIZZAZIONE DI CAMPAGNA SOCIAL SPONSORIZZATA “CASTELLI, TORRI E MURA - Luoghi d’antichi sguardi su laghi e monti” A CURA DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI
- 4) REALIZZAZIONE DI 4 PODCAST MULTILINGUA “CASTELLI, TORRI E MURA”
- 5) PROMOZIONE RADIOFONICA
- 6) REALIZZAZIONE DI NUOVO CHATBOT
- 7) SERVIZIO FOTOGRAFICO AD INTEGRAZIONE DI QUANTO GIA’ DISPONIBILE E MIRATO ALLA VALORIZZAZIONE DEI SITI PRESCELTI
- 8) Combinata di 3 INIZIATIVE PROMOZIONALI “CASTELLI, TORRI E MURA” PER BUYERS INTERNAZIONALI:
 - a) Webinar (evento formativo su piattaforma online di 3 ore + Q&A sul tema dei “Castelli, Torri e Mura” del territorio, realtà, dalle più alle meno conosciute, aperte al visitatore. Il webinar sarà rivolto ad una platea di T.O. internazionali)
 - b) Virtual Workshop (Dopo aver conosciuto in maniera approfondita l’offerta locale di “Castelli, Torri e Mura” con il precedente webinar, organizzazione di un evento b2b su piattaforma online della durata complessiva di un giorno full day (8 ore) che prevederà incontri tra la domanda di 20/25 T.O. internazionali)
 - c) Fam Trip (Per suggellare quanto appreso e conosciuto sull’offerta locale di “Castelli, Torri e Mura” durante il webinar e il virtual workshop, realizzazione di un educational tour in presenza sul territorio di 4 giorni/3 notti per una selezione dei 12 più virtuosi T.O. internazionali)
- 9) REALIZZAZIONE DI GADGET DTL DEDICATI AL TEMA “CASTELLI E FORTEZZE”
- 10) INCONTRO FORMATIVO “CASTELLI, TORRI E MURA Luoghi d’antichi sguardi su laghi e monti” PER OPERATORI TURISTICI LOCALI

La nostra ATL con questo progetto intende investire su nuove idee, proposte e linguaggi per comunicare e promuovere, con i mezzi ad oggi più fruibili e digitali, la straordinaria storia del patrimonio culturale e storico regionale nell’ottica dei siti storici e medievali. Amare il passato e condurlo nel futuro per conservare risorse, abilità e opere, recuperarle e farle rivivere. Costruire il futuro partendo da chi custodisce il nostro passato, per rinnovarne il valore a favore della destinazione e i suoi portatori d’interesse così come per i turisti fruitori.

LaXURY - Autenticità ed emozioni, sui Laghi Piemontesi un'esperienza di completo benessere per il nuovo concetto di lusso in vacanza

Sui Laghi Piemontesi non solo vacanza di lusso nella sua accezione più consueta, bensì il lusso di concedersi una vacanza. Quella vacanza che diventa **bien vivre**, che grazie a stimoli altamente qualitativi dettati da paesaggi unici, dalla cultura, dal gusto, dal movimento all'aria aperta e dal made in Italy si fa esperienza totalizzante del sé. Si tratta del più attuale concetto di vero lusso nel turismo, ove l'autenticità di un territorio - che passa ai giorni nostri per i criteri assolti di bellezza, qualità, inclusività e sostenibilità - stimola tutti i sensi del viaggiatore attento e gli permette di



provare emozioni tali da godere di un vero e proprio benessere psico-fisico durante il suo soggiorno. Il lusso qui, in fondo, è dato da quella chance di acquistare un pezzo di felicità approfittando di un luogo diverso dal quotidiano e di un tempo diluito, che non si risolve con la fine della vacanza, bensì lascia un piacevole strascico anche al rientro alla vita di tutti i giorni. È quanto oggi chiamiamo turismo

esperienziale, il turismo del well-being. L'Italia, del resto, corrobora e alimenta questa maniera di fare turismo perché essa stessa, e così la sua espressione piemontese, è ben più di una destinazione: è uno stile di vita. E sui laghi del Piemonte quando si sta bene lo stile di vita, tra tradizione e innovazione, diventa Dolce...

I soggetti coinvolti nel progetto sono **località, siti e operatori del territorio** di competenza del Distretto Turistico dei Laghi attinenti ai segmenti turistici **Cultura e Tradizioni** (borghi BANDIERE ARANCIONI, I BORGHI PIU' BELLI D'ITALIA, BANDIERE LILLA per l'accessibilità, siti PATRIMONIO UNESCO), **Natura e Outdoor** (località BANDIERE BLU e aree protette), **Enogastronomia tipica** (ristoranti GUIDA MICHELIN, presidi SLOW FOOD, produttori PIEMONTE ECCELLENZA ARTIGIANA, viticoltori della DOC), **Artigianato e Manifatture di classe** (produzioni alta gamma e artigiani PIEMONTE ECCELLENZA ARTIGIANA) e **Accoglienza** (strutture ricettive MARCHIO OSPITALITA' ITALIANA e con riconoscimenti green). Identitarie del territorio nonché sinonimo di qualità certificata, sostenibilità ed inclusione, tutte queste realtà - in molteplici combinazioni - sono in grado di donare all'ospite un profondo benessere, tale da rendere la vacanza tra i nostri laghi e monti un'esperienza di well-being totalizzante.

La nostra ATL con questo progetto intende investire su nuove idee, mezzi e linguaggi per comunicare e promuovere sui laghi piemontesi, secondo i trend oggi più in voga nel settore turistico internazionale e nel rispetto delle istanze gestionali e metodologiche regionali, il turismo esperienziale o turismo del well-being che si pone come il nuovo concetto di lusso in vacanza, in grado di valorizzare, da un lato, la reale qualità della destinazione, fatta della sua identità più autentica, della sua naturale bellezza paesaggistica, della sua molteplice offerta in campo culturale, outdoor, enogastronomico ed artigianale, di professionalità preparate in cultura dell'accoglienza, e, dall'altro, la qualità del turista 2.0, che una volta nella destinazione si fa più responsabile e attento alla conoscenza del luogo, alle esperienze più vere, alle relazioni umane e all'ambiente. Questa missione si fonda sulla vision progettuale di contribuire al raggiungimento di una sempre maggiore sostenibilità - culturale, economica, sociale e ambientale - del sistema turistico locale e, dunque, piemontese.



Le AZIONI DI PROGETTO sono attualmente e saranno, da parte del DTL, la realizzazione di:

- 1) Aggiornamento e ristampa della Brochure Istituzionale DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI "Romantici laghi, Alpi maestose", italiano/inglese, in visual identity Regione Piemonte
- 2) Campagna di Comunicazione Social "LaXURY" sponsorizzata sul mercato Italia tramite pagine istituzionali Distretto Turistico dei Laghi Facebook e Instagram
- 3) Campagna di Comunicazione Press "LaXURY" sponsorizzata sul mercato Italia tramite publiredazionale su testate di rilevanza nazionale
- 4) Cross Promotion "LaXURY" brandizzata Distretto Turistico dei Laghi di caratura nazionale e internazionale presso gli Aeroporti Milano Malpensa e Torino Caselle
- 5) Campagna di Comunicazione Off Line con mostra fotografica "MOSTRA APERTA I Laghi Piemontesi, autenticità ed emozioni en plein air" nel centro storico di Milano
- 6) Partecipazione a evento trade 2026 con tour operator internazionali su territorio italiano
- 7) Realizzazione di gadgetistica dedicata Distretto Turistico dei Laghi
- 8) "La Formazione in Tour": Educational Tour emozionale e formativo sul territorio per professionisti del turismo Regione Piemonte, DMO Visit Piemonte e ATL piemontesi
- 9) "La Formazione nelle Scuole": Incontri formativi in classe per studenti di istituti scolastici superiori locali a indirizzo turistico

Progetto “ISOLE DI LUCE La valorizzazione del patrimonio culturale per la destagionalizzazione del prodotto turistico”

Un’idea che, a gran richiesta, è già diventata l’appuntamento fisso e di riferimento per le festività invernali sui laghi del nord Piemonte, anche in tema di destagionalizzazione turistica e dopo l’enorme successo riscontrato nelle prime due edizioni.

Protagonista della 3° edizione di “Isole di Luce” sarà l’Isola dei Pescatori che illuminerà il centro del Golfo Borromeo del Lago Maggiore con l’obiettivo di trasmettere emozione e luce e, al contempo, **promuovere, destagionalizzare e valorizzare il patrimonio turistico e culturale del territorio del Distretto Turistico dei Laghi**, con la magica illuminazione dei suoi tradizionali edifici tra arte, storia e cultura lacustre.



il processo di tintura indispensabile per evitarne il deterioramento.

Palazzi storici, abitazioni, ristoranti, architetture e monumenti antichi saranno valorizzati dallo studio di luce scenica che **ogni sera – dalle ore 17.00 alle ore 0.30** - li illuminerà a corollario anche delle atmosfere festive di Natale dei Comuni del Golfo Borromeo.

L’evento “Isole di Luce” creerà un **tema artistico e armonico legato alle eccellenze tradizioni della pesca** appunto, tutt’oggi portate avanti dagli orgogliosi pescatori ancora operanti sul Lago Maggiore: le “trame” e i colori delle reti da pesca (in canapa o cotone) protagoniste di questa edizione venivano tinte, infatti, in un **forno con caldaia in rame costruito nel 1948**, tuttora esistente e funzionante, per



Altre tematiche per progettualità annuali

Nel corso dell'anno 2026 si prenderà in considerazione lo sviluppo di **nuove progettualità** – da svolgersi nel secondo semestre – dipendenti dal contributo economico di Regione Piemonte e rientranti tra i *Progetti di promo-commercializzazione del prodotto turistico regionale ai sensi della L.R. 14/2016, art. 21*, in un'ottica di investimento e stimolo per il territorio e le imprese dell'intero comparto turistico. Tutte le attività di progetto seguiranno sempre le **linee guida di Regione Piemonte** e quanto previsto dall'art. 4 dello Statuto Sociale dell'ATL Distretto Turistico dei Laghi.

Prodotti sviluppabili a progetto per tematiche di interesse territoriale del DTL:

- **outdoor** nella sua accezione *slow* (turismo lento e consapevole) e *for all* (per tutti, con un occhio di riguardo all'accessibilità): trekking, cicloturismo, golf, sport della neve, sport d'acqua, parchi avventura, cammini tematici (fede, storia, cultura) da percorrere a piedi, in bici o a cavallo, itinerari alla scoperta di destinazioni minori, delle tradizioni e dell'artigianato locale;
- **arte e cultura**: siti museali, fortezze, castelli e dimore storiche, mostre e antichi borghi;
- **enogastronomia**: valorizzazione dei prodotti tipici, della cucina locale, proposte e itinerari enogastronomici;
- **eventi**;
- **turismo business/MICE e lusso**;
- **turismo accessibile e turismo sostenibile**: aspetti trasversali considerati come punti di forza per qualsiasi tematica di progetto trattata;

Tali eventuali progetti – che potranno certamente proseguire le tematiche di progetti già realizzati, al fine di un **consolidamento degli obiettivi raggiunti** – saranno presentati dalla nostra ATL **singolarmente** o – se troveranno interesse tematico nelle altre ATL piemontesi – **in partenariato**.



Le azioni progettuali del DTL mirano sempre ad ottenere **potenziali ricadute positive**, in ambito **nazionale e/o internazionale** rispetto ai bacini di riferimento, a favore non solo del prodotto turistico locale, ma dello stesso come parte integrante del più ampio patrimonio turistico regionale.

NUOVE TEMATICHE E GRANDI EVENTI



Il Distretto Turistico dei Laghi partecipa annualmente, quale ATL di riferimento per il territorio Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli dell'Ossola, ai **grandi eventi, di caratura nazionale e internazionale, che avvengono sul territorio piemontese e che sono organizzati da Regione Piemonte – Direzione Turismo con il supporto di DMO Visit Piemonte**.

I **grandi eventi della Regione costituiscono per l'ATL una vetrina promozionale in suolo piemontese a favore del territorio di competenza, la sua proposta turistica e i suoi operatori**. Per questo, ogni ATL ha sempre a disposizione il proprio spazio espositivo e una giornata dedicata durante la quale svolgere attività di informazione e accoglienza turistica e organizzare un evento di intrattenimento, spesso di natura enogastronomica, coinvolgendo a turnazione i migliori produttori del proprio territorio. Durante il periodo di exhibition, per il DTL si instaurano rapporti con il pubblico di visitatori e, a seconda dell'occasione, con professionisti in campo media (giornalisti e influencer) e in campo trade (tour operator e agenti viaggio) nazionali/internazionali, interessati specificatamente ai Laghi e al Piemonte. Alcuni grandi eventi prevedono anche lo svolgimento di educational tour sul territorio gestiti da Visit Piemonte, sulla base di programmi o spunti forniti dall'ATL.



NUOVE TEMATICHE E GRANDI EVENTI



Di seguito **una presentazione dei GRANDI EVENTI REGIONE PIEMONTE 2026 ad oggi a nostra conoscenza** ove, da parte dell'organo regionale, sarà richiesta la presenza del Distretto Turistico dei Laghi:

In collaborazione con *Regione Piemonte e Visit Piemonte*:

⊕ **PIEMONTE – “GIRO D’ITALIA 2026”, Maggio 2026** – La più grande gara di ciclismo su strada a livello nazionale, che nella sua edizione 2026 passerà dal Piemonte e avrà come tappa proprio il nostro capoluogo Verbania sul Lago Maggiore il 22 maggio, con coinvolgimento della nostra ATL nella promozione del percorso di tappa nell’ambito del grande evento;

- ⊕ **PIEMONTE – SALONE DEL GUSTO “TERRA MADRE”, Settembre 2026** – La grande vetrina biennale del gusto km0, dei prodotti tipici, della filiera corta e dell’arte culinaria piemontese, promossa da “Slow Food”, con sede a Torino che coinvolge le ATL piemontesi nella promozione territoriale e in degustazioni tipiche;
- ⊕ **PIEMONTE – “NITTO ATP FINALS 2026”, Novembre 2026** – La competizione internazionale dei grandi maestri del tennis mondiale con sede a Torino, che coinvolge le ATL piemontesi nella promozione territoriale e in una degustazione tipica presso “Casa Gusto” all’Archivio di Stato;
- ⊕ **PIEMONTE – Rassegna “ECCELLENZE DEL PIEMONTE IN VETRINA” nell’ambito della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba 2026, Novembre/Dicembre 2026** – Le ATL piemontesi vengono solitamente coinvolte nella rassegna con una cena o una masterclass a tema tartufo ed eccellenze locali presso istituti scolastici a indirizzo turistico-alberghiero e ristoranti del territorio, a seguire un eventuale press tour per i giornalisti presenti.



Introduzione

Il DTL ha candidato, nel corso dell'anno 2024 e in qualità di partner, due progetti a valere sul bando Interreg ITA-CH 2021-2027. Gli stessi sono stati presentati sull'asse quattro che mira a promuovere l'inclusione sociale e il turismo nei territori del Programma, rafforzando il ruolo della cultura e del turismo sostenibile nello sviluppo economico, nell'inclusione sociale e nell'innovazione sociale.

Progetto “LIBERVIE LIBERtà di muoversi: VIE Culturali e Letterarie Transfrontaliere Accessibili e Inclusive”

Il Progetto “LIBERVIE” mira a rafforzare la **fruizione del patrimonio materiale e immateriale del territorio del Distretto Turistico dei Laghi Monti e Valli dell'Ossola e del Ticinese, rendendolo accessibile e inclusivo**. Il centro d'interesse è l'inclusione sociale combinata all'attrattività turistica

e al patrimonio letterario e culturale disponibile. Per lo sviluppo dei nuovi itinerari turistici transfrontalieri, la realizzazione di **interventi infrastrutturali** e la **riqualificazione per l'accessibilità** si basa sull'assunto strategico del Design for All e sull'approccio a human-centered. LIBERVIE si articola su tre livelli di lavoro strettamente connessi tra di loro. Per il rafforzamento e la fruizione del patrimonio materiale e immateriale sono previste delle **azioni di informazione** e sensibilizzazione transfrontaliere rivolte al mondo giovanile, la **formazione** e **promozione** attraverso l'utilizzo di strumenti differenti (tra cui webinar, educational tour, eventi ad alta



accessibilità e pubbliredazionali) e l'uso delle nuove tecnologie (come piattaforme digitali open, database geoletterario, app e contenuti multimediali).

Con lo scopo di implementare l'accessibilità degli **itinerari culturali e museali transfrontalieri** si effettuerà una **ricognizione dei luoghi** sul territorio italiano e svizzero di progetto.



Il censimento permetterà un arricchimento e ampliamento, tramite la creazione di nuovi itinerari e relativi spazi museali accessibili, della guida “PERCORSI ACCESSIBILI FOR ALL”. Si procederà inoltre con l’individuazione e la progettazione congiunta di itinerari turistici accessibili dalla valenza transfrontaliera che, svolgendosi su territori attigui e tra loro connessi, quello italiano e quello elvetico, sostengono e favoriscono la messa in rete di strutture e luoghi della cultura. Gli interventi di riqualificazione volti a migliorare i servizi di accoglienza e ad ampliare l’offerta turistica museale prevedono la creazione di un’aula didattica, la realizzazione di dispositivi di visita tattile in 6 luoghi d’architettura e d’arte del territorio e l’aggiornamento di 4 percorsi per la fruizione multisensoriale e per non vedenti all’interno delle strutture museali e in luoghi

della cultura rilevanti del territorio di LIBERVIE. Infine, la sistemazione e l’allestimento del percorso ciclabile nell’area Parco del Toce a Verbania destinato a persone con fragilità, in cui la multimedialità costituisce lo strumento di diffusione della conoscenza del luogo (beni materiali e immateriali) e dove l’infrastruttura consenta di accompagnare, attraverso l’ausilio di apposite bici elettriche, persone con disabilità motorie e intellettive.

AZIONI SVOLTE

20 giugno 2025, evento transfrontaliero presso Hotel Il Chiostro, Verbania: il Distretto Turistico dei Laghi ha collaborato all’organizzazione dell’evento transfrontaliero mettendo a disposizione del Capofila le proprie mailing list di portatori di interesse del territorio per tematiche di accessibilità e inclusività soprattutto nell’ambito turistico. Ha messo a disposizione materiale informativo sui percorsi accessibili già realizzato in passato (guida “For All”) ed ha selezionato ed incaricato le interpreti LIS che si sono occupate della traduzione degli interventi dei relatori in linguaggio dei segni.

Settembre 2025 - Giugno 2026: PERCORSO DI PROGETTAZIONE PARTECIPATA (incontri di formazione, coinvolgimento e co-design per la valorizzazione e la promozione di un turismo sempre più accessibile ed inclusivo nell’area transfrontaliera di progetto) a cura del Distretto Turistico dei Laghi.

1° Focus Group, 23/09/2025 ("Definizioni e paradigmi del turismo accessibile")

2° Focus Group, 13/11/2025 ("Accoglienza e comunicazione inclusiva")

PROGETTI INTERREG ITA-CH

24

Progetto “SUSTAINEVENTS. Highly SUSTAINable EVENTS to improve awareness of responsible tourism by the lakes”

Il progetto “SUSTAINEVENTS” promuove la **transizione della filiera turistica e culturale verso la sostenibilità e inclusività** che i territori Alto Piemonte, Varese e Ticino, che vedono nei Laghi il



principale attrattore turistico, stanno portando avanti, in linea con i modelli di business più evoluti. In questo contesto, il progetto si pone come focus originale i grandi eventi culturali/sportivi, di cui valorizza il potenziale generativo, in termini di sostenibilità integrata, rispetto alla creazione di valore per i soggetti coinvolti e all'indotto economico/sociale. La sfida che ci si pone è **creare un modello condiviso e replicabile che supporti gli organizzatori di eventi a diventare attivatori di processi innovativi e competitivi per il tessuto sociale e la filiera economica territoriale**, anche in

ottica di destagionalizzazione e rispettando il valore culturale che contengono.

AZIONI SVOLTE

25-27 luglio 2025: a cura del DTL si è svolto l'influencer trip dedicato a 6 diversi profili di digital content creator di caratura nazionale. Durante il tour gli influencer hanno potuto ammirare le eccellenze del territorio attraverso alcune esperienze slow e autentiche tra laghi e monti e, soprattutto, hanno partecipato a due grandi eventi di genere artistico/culturale quali Stresa Festival 2025 - con il concerto sull'Isola Bella - e Tones Teatro Natura 2025, con l'opera Madama Butterfly in cava a Oira di Crevoladossola. Entrambe le rassegne si caratterizzano, infatti, oltre che per la fama internazionale dei propri artisti e lo stretto legame con il territorio, per l'impegno verso la sostenibilità ambientale, culturale, economica e sociale, parole chiave di "SUSTAINEVENTS". Ampia è stata la ricaduta social sui profili dei talent ospiti: oltre 977 mila visualizzazioni uniche su 97 contenuti - tra post-reel e post-carosello - pubblicati nelle sole 2 giornate di tour.



ACCOGLIENZA

Accoglienza e Informazione Turistica sul territorio: gli attori 2026



L'informazione e l'accoglienza dei turisti sul territorio sono curate attraverso la rete degli Uffici Turistici IAT (Informazione e Accoglienza Turistica) presenti nelle principali località tra Laghi e Monti e i numerosi Infopoint gestiti da Enti Comunali e Associazioni Turistiche Pro Loco.

La sede dell'ATL Distretto Turistico dei Laghi di Stresa, in Corso Italia 26, è anche Ufficio Turistico IAT a rappresentanza di tutto il territorio di competenza Lago Maggiore, Lago d'Orta, Lago di Mergozzo e Valli

dell'Ossola. Esso è posto sul lungolago, frontale rispetto al Golfo Borromeo, in un luogo di massima affluenza di pubblico e, trovandosi a Stresa, risulta baricentrico rispetto all'ambito territoriale di competenza. Dispone di personale multilingue, con conoscenza approfondita dell'offerta turistica locale e delle risorse del territorio, ed è aperto al pubblico 7 giorni su 7 tutto l'anno. L'attività di front office si aggiunge al tradizionale supporto al turista dato dall'ATL tramite contatto telefonico, e-mail, posta ordinaria e contact form sui portali istituzionali distrettolaghi.it e lagomaggioreexperience.it. A ciò, grazie al Progetto Interreg DESy della nostra ATL, si sono aggiunti strumenti multimediali di tipo smart quali il Welcome Kit, completo di materiali d'utilità alla visita del turista, e il servizio virtuale di informazioni turistiche Desy presente sul portale istituzionale dell'ATL. Visitatori, individuali e gruppi, che si interfacciano con la nostra ATL nei modi suddetti sono di provenienza italiana e straniera, dai mercati esteri target (Svizzera, Francia, Germania, Benelux, Regno Unito, USA, America Latina, Canada e Australia) ed emergenti (Paesi Scandinavi, Spagna, Europa dell'Est).

Gli Uffici Turistici IAT attualmente presenti sul territorio sono invece dieci: Arona, Baveno, Cannobio, Formazza, Macugnaga, Malesco, Mergozzo, Orta San Giulio, Santa Maria Maggiore, Stresa e Verbania. E' prevista, nel corso dell'anno 2026, l'apertura di nuovi Uffici IAT, in convenzione con gli Enti e le Associazioni locali, ad arricchimento della rete di informazione turistica diffusa nella nostra destinazione.