

Nuovo DPCM, Piemonte in zona arancione

Il nuovo DPCM 14 gennaio 2021 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il 15 gennaio, sarà in vigore fino al 5 marzo 2021. Confermati il coprifuoco tra le 22 e le 5, l'obbligo di mascherina all'aperto e il sistema per fasce di colore assegnate alle singole Regioni.

Il Piemonte al momento è in zona arancione. Palestre, piscine e cinema restano chiusi fino al 5 marzo; gli impianti sciistici fino al 15 febbraio.

Bar e ristoranti restano chiusi, ma è possibile l'acquisto per asporto fino alle 18. Ulteriori particolari sul sito alla pagina

Regione Piemonte: Nuovo numero verde sulla pandemia

La Regione Piemonte **potenzia il servizio di call center** per l'emergenza Coronavirus, attivato a pochi giorni dall'inizio della pandemia: **da lunedì 1° febbraio** si potrà telefonare al **nuovo numero verde 800.95.77.95**.

Gli operatori forniranno informazioni **7 giorni su 7 dalle ore 8 alle ore 20** su tutti gli aspetti legati al Covid-19, dagli adempimenti sanitari per i rientri in Italia alle procedure per isolamento e quarantena, indicazioni per gli operatori di comunità, sedi e modalità di accesso agli hotspot per

l'esecuzione dei tamponi e ubicazione degli hotspot scolastici. Sarà inoltre possibile ottenere certificati sugli esiti dei tamponi ed ottenere informazioni sulle normative e le ordinanze regionali per la gestione dell'emergenza. In una seconda fase comunicheranno anche i riferimenti necessari per la campagna vaccinale della popolazione. Nei casi di richieste più specifiche, metteranno direttamente in contatto il cittadino con l'Asl competente per territorio.

Come illustra l'assessore regionale alla Sanità **Luigi Genesio Icardi** "il nuovo numero eredita e potenzia il lavoro del numero verde sanitario attivato l'anno scorso nel giro di poche ore dopo il primo manifestarsi della pandemia in Piemonte. Un servizio che nei momenti più critici ha consentito di decongestionare i numeri unici dell'emergenza, rispondendo in modo puntuale ed efficace alle richieste dei cittadini. Ringrazio tutti i volontari che a qualsiasi titolo, in questi mesi hanno contribuito a mantenerlo attivo con grande spirito di collaborazione e generosità".

Il nuovo numero verde fa capo al Dirmei, il Dipartimento interaziendale Malattie ed Emergenze infettive della Regione Piemonte sulla base di un progetto avviato in forma sperimentale nei mesi scorsi dall'Asl Città di Torino e ora allargato a tutto il territorio.

"Il nostro obiettivo – afferma **Pietro Presti**, consulente strategico Covid per la Regione Piemonte – è dare risposte uniformi e tempestive alle richieste e alle domande dei piemontesi. In questa prima fase il numero verde sarà in grado di gestire 2000 telefonate al giorno sulle varie questioni legate all'emergenza Covid-19, che saranno integrate successivamente da altre 1000 chiamate quotidiane per fornire informazioni sulle prossime campagne vaccinali".

A tu per tu con Elisa Giordano, fondatrice del marchio torinese Irreplaceable

Elisa Giordano è una giovane donna torinese con una laurea in ingegneria dell'informazione e un'interessante esperienza maturata nell'ambito delle fonti d'energia alternativa. All'incirca otto anni fa ha deciso di orientare il suo futuro professionale verso il mondo della moda, diventando in seguito fondatrice di Irreplaceable, marchio di maglieria di cachemire.

La sua determinazione, e la sua passione per tutto ciò che è creatività, l'hanno spinta a farsi avanti in un settore tutt'altro che semplice, dove regna un'evidente concorrenza.

1) Elisa, come sono stati i suoi esordi in questo ambito?

Ho un passato da ingegnere nel settore dell'energia rinnovabile. Ma nel 2013, per una serie di avvenimenti familiari, ho deciso di cambiare strada professionale per inseguire la passione della moda. Dopo un viaggio a Parigi ho colto un'opportunità e ho iniziato a collaborare per la maison francese Yves Saint Laurent. Un'esperienza estremamente formativa durata fino al 2018. Durante quegli anni, mi è venuta l'idea di una collezione di maglieria per bambini ispirata dai miei figli. Un'avventura iniziata quasi per gioco che lentamente è diventata una sfida sempre più grande che alla fine mi ha assorbito completamente. Dai bambini sono passata ad altre collezioni, in particolare a quella per la donna: la volevo sicura, moderna, femminile e indipendente; è

così che è nato il mio brand IRREPLACEABLE, da questa aspirazione.

2) Nonostante i vantaggi dell'inclusione femminile nell'andamento economico del paese, in un modo lavorativo tradizionalmente "dominato" dagli uomini, l'universo femminile continua a essere ancora poco rappresentato. Secondo lei quali sono i freni che incontrano? E' il sistema socio-culturale da ripensare o forse la mancanza di politiche di sostegno efficaci per le imprenditrici-madri di famiglia?

In Italia credo entrambe le cose. Le statistiche sono piuttosto eloquenti: siamo ancora molto lontani dal raggiungere altre realtà, anche europee, che sulla parità di genere sono decisamente avanti a noi, non solo come remunerazione, ma anche dal punto di vista dell'occupazione femminile. Nel mondo imprenditoriale, la situazione è ancora più complicata dal fatto che nell'accesso al credito, indispensabile per far crescere un'azienda quando non si hanno capitali iniziali, le resistenze sono ancora troppe. Alle difficoltà che tutti i giovani imprenditori incontrano e conoscono bene – burocrazia, balzelli, complessità amministrative – per una imprenditrice si aggiungono ostacoli culturali e sociali: e' come se noi donne dovessimo sempre dimostrare qualcosa in più per farci rispettare ed essere prese in considerazione. A tutto questo si aggiungono le difficoltà di chi, anche in questo caso per la cultura dominante, è anche madre perché oltre alla paura di non farcela, ci si scontra anche con la quotidiane difficoltà di dover conciliare il ruolo di mamma con gli impegni lavorativi. Le percentuali di donne imprenditrici rispetto agli uomini parlano da sole: le giovani sotto i 35 anni nel nostro Paese rappresentano solo il 13 %, percentuale che sale, ma non abbastanza, per le società di capitali al 22%.

3)Da anni la moda vale decine di miliardi di euro. Secondo la società italiana di consulenza

Prometeia le prospettive di crescita preventivate all'avvio dello scorso anno non si sarebbero dovute smentite con l'inizio della pandemia. Qual è stato l'impatto del Covid 19 sulle vendite del suo marchio?

IRREPLACEABLE è una piccola realtà imprenditoriale concentrata sull'easywear, con un prodotto ancora poco distribuito all'estero e questo ha limitato l'impatto. Abbiamo ovviamente incontrato difficoltà legate alle vendite attraverso la rete retail italiana, per via della chiusura dei negozi, ma è stato mitigato grazie al canale online. La vera differenza, però, l'ha fatta l'attaccamento, direi l'affetto, della nostra clientela al brand, grazie al quale siamo riusciti a contenere la crisi, mantenendo pressoché stabile il fatturato in un settore che l'anno scorso ha perso quasi il 30% a causa di questa tragica pandemia. La crisi ha avuto sicuramente un impatto nelle prospettive di crescita. Ma nei momenti di crisi, se si crede davvero al proprio prodotto, credo si debba avere il coraggio di investire. E così abbiamo fatto, cercando nuovi spazi: ne è nato un atelier che vogliamo sia un salotto in cui la nostra clientela possa scoprire le novità di IRREPLACEABLE in un ambiente sicuro e accogliente. Ma questo non basta: l'obiettivo di quest'anno è quello di mantenere i nostri standard di qualità e al contempo investire maggiormente in tecnologia sempre più sostenibile, anche grazie a maggiori sinergie fra gli operatori del settore.

4) Se è vero che sono i "dettagli" a fare la differenza, oggi più di ieri si parla di perseguire un'etica sociale e ambientale. La produzione più sostenibile, quella attenta all'ecologia quanto a non contribuire nel creare disuguaglianze sociali, pare essere uno dei nuovi goal tra i principali brand a livello mondiale. Anche Irreplaceable si impegna verso una produzione più sostenibile?

Assolutamente sì. Fin dagli esordi IRREPLACEABLE è stata attenta all'utilizzo di filati esclusivamente naturali e ha voluto sempre, nonostante i costi più elevati di queste

materie prime, mantenere tale filosofia. E' una questione di etica, ma anche di attenzione alla clientela. La pandemia ha impresso una accelerazione anche da questo punto di vista: i consumatori sono sempre più attenti alle tematiche della sostenibilità e, soprattutto i giovani, non accettano compromessi e premiano chi è attento all'ambiente e agli ecosistemi. Per questo, uno dei nostri investimenti futuri sarà per l'utilizzo di filati riciclati. L'attenzione riguarda anche i nostri fornitori, che devo seguire medesimi standard in termini di sostenibilità. Non è solo la moda ad essere orientata da questa tendenza: l'esempio più lampante a Torino è quello del Green Pea, il progetto di Oscar Farinetti in cui moda e architettura si fondono con uno sguardo al futuro.

5) Infine, dal suo punto di vista, si è fatta un'idea di cosa riserverà questo 2021 alle piccole ma frizzanti realtà imprenditoriali – come la sua – nel campo della moda? Teme il sempre maggiore successo delle grandi catene (vedi Zara, Mango, Oviessa, H&M ecc...), economicamente accessibili alla maggior parte delle persone, a discapito vostro e, indirettamente, dal manufatto di qualità?

Il 2021 sarà un anno di transizione, in buona misura ancora complicato da molte incertezze sia economiche che politiche. Non temo il successo di fenomeni come Zara, H&M, o altri colossi del settore. Io stessa mi diverto a curiosare nei grandi negozi delle catene del fashion. Ma sono realtà molto lontane dalla mia perché nate e cresciute intorno alla cosiddetta Fast Fashion, ovvero il susseguirsi ininterrotto di nuovi prodotti senza vere collezioni dettate dai tempi della moda. C'è da dire che le grandi catene hanno risentito maggiormente della crisi dovuta al Covid, non solo per i costi fissi (negozi fisici e personale) che devono sostenere, ma anche per il drastico calo del turismo e con esso della clientela internazionale. Fattori che penso possano pesare sulla creatività. E ritengo che la crisi, che purtroppo non è solo sanitaria ma anche economica, spinga la clientela a

ricercare capi unici e di qualità. Non solo dal punto di vista del design e dell'estetica, ma anche dell'esperienza emozionale che l'acquisto di un prodotto che duri nel tempo può trasmettere. Qualità e sostenibilità sono sicuramente due elementi chiave di questa filosofia.

Uil trasporti: domani sciopero con presidio dei corrieri Amazon

La Uiltrasporti Piemonte rende noto che domani, giovedì 25 febbraio 2021, i lavoratori delle aziende di trasporto che operano per conto di Amazon incroceranno le braccia per l'intera giornata lavorativa per protestare contro le insostenibili condizioni in cui sono costretti a operare. In Piemonte sono circa 700 i lavoratori coinvolti.

Domani, dalle 8 alle 10, è in programma un presidio dei corrieri davanti alla sede Amazon di Brandizzo (To), in via Torino 331.

Imprese femminili, negativo il bilancio anagrafico evidenziato nel 2020

A fine dicembre 2020 le imprese femminili con sede in Piemonte ammontavano a 95.879 unità, in diminuzione rispetto alle 96.591 di fine 2019.

Le aziende in rosa rappresentano una fetta importante del tessuto imprenditoriale regionale, **raggiungendo una quota del 22,5% delle imprese complessivamente registrate in Piemonte**, operano prevalentemente nei settori del **commercio, dell'agricoltura e dei servizi alla persona**, nel **11,4%** dei casi sono guidate da **straniere**, il **10,8%** è amministrato da **giovani imprenditrici**: è questo l'identikit delle **imprese femminili** registrate in Piemonte.

Nel corso del 2020, il Registro imprese delle Camere di commercio piemontesi ha registrato la **nascita di 5.339 imprese femminili**, a fronte delle **6.065** che **hanno, invece, cessato la propria attività** (al netto delle cancellazioni d'ufficio): il **saldo** tra i due flussi è risultato, dunque, **negativo per 726 unità**, traducendosi in un **tasso di crescita del -0,8%**.

Sebbene il dato sia peggiore rispetto a quello del sistema imprenditoriale valutato nel suo complesso (-0,23%), **l'imprenditoria femminile piemontese manifesta una maggiore vivacità, sia in termini di natalità** (tasso del 5,5%, a fronte del 4,9% registrato per il totale delle imprese), **che di mortalità** (tasso del 6,3%, contro un 5,1%).

La dinamica mostrata dalla componente femminile del tessuto imprenditoriale piemontese appare, inoltre, in controtendenza rispetto a quanto osservato a livello complessivo nazionale (+0,1%).

*“L’imprenditoria femminile riveste un ruolo fondamentale nell’economia del nostro territorio, mostrando una tenacia che sorprende da anni. – commenta **Gian Paolo Coscia**, Presidente Unioncamere Piemonte -. Il Sistema camerale dedica un’attenzione particolare alle imprenditrici: presso le Camere di commercio piemontesi sono costituiti i CIF, Comitati provinciali per la promozione dell’imprenditoria femminile, che, in collaborazione con enti pubblici e privati, si occupano di sviluppo e qualificazione della presenza delle donne nel mondo dell’imprenditoria, promuovendo azioni per il miglioramento dell’accesso al credito per le imprese femminili, attività di formazione e indagini conoscitive per analizzare le dinamiche che caratterizzano il legame donna-impresa. Sostenere e incentivare l’imprenditorialità in rosa, oltre che essere necessario per una questione di pari opportunità, rappresenterà anche un volano di crescita economica per la nostra regione e il nostro Paese”.*

Circa un quarto delle 95.879 imprese guidate da donne svolge la propria attività nel **commercio**, seguito, a distanza ragguardevole, dalle attività dell’**agricoltura**, che concentrano il **13,6%** delle realtà imprenditoriali, e dalle **altre attività dei servizi**, in cui trovano spazio le attività dei servizi alla persona, che convogliano il **12,0%** delle aziende. Quote significative di imprese femminili operano, inoltre, nelle **attività dei servizi di alloggio e ristorazione (10,0%)** e in quelle **immobiliari (7,8%)**.

Valutando l’incidenza delle imprese femminili sul totale delle registrate per settore, si segnala l’importante specializzazione femminile delle altre attività dei servizi (oltre il 58,1% delle imprese è amministrato da donne), delle attività di alloggio e ristorazione e di noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese (in entrambi i comparti oltre tre imprese su dieci sono femminili).

Analizzando la dinamica espressa dalle imprese "in rosa" nel corso nel 2020 emerge come a fronte di una flessione complessiva di lieve entità esistano rilevanti differenze settoriali.

Le imprese femminili hanno subito una consistente contrazione nel comparto **agricolo (-2,5%)**, nel **commercio (-2,1%)** e un **calo più contenuto nell'industria manifatturiera (-1,1%)**. Stabile l'andamento evidenziato dalle imprese in rosa delle **altre attività di servizi (+0,4%)** e del **turismo (+0,5%)**. In lieve crescita il dato delle **attività immobiliari (+0,7%)** del **Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese (+1,0%)**. Il ritmo espansivo assume maggior intensità nel comparto delle **costruzioni (+2,1%)**, nelle **attività professionali scientifiche e tecniche (+2,2%)** e soprattutto nelle **attività finanziarie e assicurative (+5,1%)**.

L'analisi per forma giuridica assunta dalle imprese femminili piemontesi segnala, rispetto al sistema imprenditoriale nel suo complesso, una maggiore concentrazione di **ditte individuali**, che rappresentano il **66,5%** delle realtà guidate da donne, a fronte di una quota del **56,2%** osservata a livello complessivo regionale. Il **17,6%** delle aziende "in rosa" si è costituito nella forma di **società di persone** (contro il **22,1%** per il totale delle imprese), il **14,2%** è una **società di capitale** (contro un **19,4%** complessivo); solo l'**1,8%** delle imprese femminili, infine, assume **forme giuridiche diverse** dalle precedenti.

Si rileva, anche per l'imprenditoria femminile piemontese, la tendenza al progressivo rafforzamento strutturale: nel 2020, infatti, la dinamica migliore spetta alle **società di capitale**, che registrano un **tasso di crescita del 2,4%**. Le **società di persone** scontano il risultato peggiore (**-3,2%**), le **imprese**

individuali mostrano una lieve flessione (-0,8%), mentre le **altre forme** rivelano un **tasso di sviluppo sostanzialmente piatto** (+0,1%).

L'analisi territoriale rivela come la componente femminile assuma una rilevanza maggiore nei sistemi imprenditoriali di **Alessandria (23,3%)** e **Asti (23,0%)**. A **Novara e Verbania** le imprese femminili rappresentano il **22,9%** delle imprese provinciali, mentre a **Cuneo e Vercelli** l'incidenza delle imprese "in rosa" si attesta al **22,6%**. A **Torino (22,3%)** e **Biella (20,6%)**, infine, si rileva una presenza femminile inferiore alla media regionale.

Quanto alla dinamica esibita nel corso del 2020, si evidenziano variazioni negative per tutte le province. I dati più critici riguardano **Vercelli (-2,1%)**, seguita da **Alessandria, Cuneo e Verbania, tutte e tre con un tasso del -1,3%**. **Biella segna un calo del 1,1%**. Orientato alla stazionarietà appare, invece, il risultato delle imprese in rosa di **Asti (-0,5%), Novara (-0,5%) e Torino (-0,4%)**.

—

**Consiglio regionale:
pressione sugli ospedali,
nuova delibera per dimissioni**

assistite

“Per contribuire a decongestionare i posti letto negli ospedali, la Giunta emanerà una delibera (Dgr) per consentire le dimissioni assistite e protette dei pazienti in via di guarigione che continueranno a essere curati, sempre a carico del Servizio sanitario regionale, nelle Rsa o al domicilio”.

Lo ha dichiarato l'assessore alla Sanità **Luigi Icardi** nel corso dell'informativa svolta oggi in Consiglio regionale, che ha aggiunto: “In Piemonte la curva della terza ondata di pandemia sta finalmente cominciando a scendere, l'Rt è sotto l'1. Si riducono i nuovi casi e i nuovi focolai, resta preoccupante appunto la pressione sugli ospedali con il 67% nell'ordinaria e il 59% nella terapia intensiva, dati che vogliamo ridurre con questa delibera”.

Dopo aver sottolineato che “i dati riportati dalla Fondazione Gimbe certificano il Piemonte come migliore regione per numero di vaccini in rapporto alla popolazione”, l'assessore ha affermato che “complessivamente sono state somministrate circa 950mila dosi, di cui oltre 600mila prime dosi e, solo ieri, ne sono state somministrate complessivamente circa 22mila”.

“In alcune province – ha aggiunto – sono già stati vaccinati tutti gli ultraottantenni trasportabili ed entro il 18 aprile lo saranno in tutta la regione, mentre sussistono problemi per quelli non trasportabili perché andare a domicilio implica per gli operatori un tempo maggiore, dovuto anche alle operazioni di vestizione e svestizione per evitare di contaminare inavvertitamente le abitazioni dei pazienti”.

Anche per quanto riguarda il personale sanitario e le Rsa, ha continuato, “i risultati sono decisamente positivi: la vaccinazione è sostanzialmente conclusa anche se, naturalmente, continueranno a essere vaccinati tutti i nuovi operatori e ospiti. Alle Forze dell'ordine, al personale

scolastico e della Protezione civile sono state somministrate le prime dosi ed è in fase di somministrazione la seconda, mentre si prosegue con i soggetti estremamente vulnerabili e i caregiver”.

“I medici vaccinatori nei propri studi sono oggi 927 – ha proseguito – mentre aumenta la disponibilità di centri mobili aziendali per la vaccinazione che si aggiungono ai 191 centri vaccinali al momento attivi. Se avessimo più vaccini non avremmo problemi a coinvolgere più soggetti”.

Nel corso del dibattito sono intervenuti per il Pd i consiglieri **Domenico Rossi** e **Daniele Valle**, che ha fatto notare come il rapporto Gimbe collochi il Piemonte anche al penultimo posto per quanto riguarda la somministrazione delle prime dosi e undicesima nella classifica generale.

L'assessore ha risposto a **Sarah Disabato** (M5s) che il protocollo per le cure domiciliari è applicato meglio nella provincia, piuttosto che nella città metropolitana di Torino, dove la pressione ospedaliera è forte.

A **Silvio Magliano** (Moderati), l'assessore ha assicurato che farà presente al Dirmei la situazione di comunità di ecclesiastici anziani e di comunità di persone disabili affinché siano tutti vaccinati.

Per la Lega sono intervenuti il capogruppo **Alberto Preioni** e **Sara Zambaia**, che hanno ringraziato l'assessore per il lavoro svolto e chiesto di vigilare sulla buona applicazione del Protocollo per le cure domiciliari.

Marco Grimaldi (Luv) ha lamentato la disomogeneità tra i dati delle varie Asl, in particolare per quanto riguarda la vaccinazione delle persone fragili.

A **Francesca Frediani** (M4o) l'assessore ha assicurato che “tutto il personale della polizia penitenziaria è stato vaccinato e, se si riusciranno ad avere dosi aggiuntive, i

carcerati verranno vaccinati in deroga a quanto prevede attualmente la norma”.

A **Paolo Ruzzola** (Fi) – infine – ha fatto presente che “non esiste al momento per i cittadini la possibilità di scegliere un vaccino piuttosto che un altro”.

Innovazione, giovani e futuro, i temi centrali dell'Assemblea ARPR0MA 2021

L'innovazione come fattore abilitante per sostenere la crescita delle imprese. L'attenzione alla sicurezza sul lavoro quale asset centrale per imprenditori e lavoratori.

E poi ancora: una visione sui giovani e su formazione, informazione e comunicazione. Infine, uno sguardo al futuro del settore, tra tradizioni e nuove tecnologie.

Questi i temi dell'Assemblea pubblica di ARPR0MA – Associazione Revisori e Produttori Macchine Agricole, svoltasi lo scorso 17 aprile in modalità “on-line” (la registrazione è visualizzabile sul sito e sulla pagina facebook).

L'assise, “dedicata” idealmente a Gabriele Alladio (giovane agricoltore marenese mancato nel 2018 per un incidente sul lavoro – presente a questo riguardo Vittorio Manghisi, zio del ragazzo e presidente dell'Associazione nata in sua memoria per divulgare alle nuove generazioni la cultura della sicurezza sul lavoro), ha visto in apertura gli interventi di Davide Merlino, consigliere della Fondazione CRC, Joseph Meineri, direttore di Confartigianato Cuneo, Andrea Coletti, presidente della Fondazione Ente Manifestazioni di Savigliano, Gianluca

Dho, Responsabile area territoriale Cuneo del CNOS-FAP.

In seguito, è stato consegnato il premio "Imprenditore dell'anno ARPRONA", assegnato a Giacomino Fasano dell'azienda Fasano Group di Racconigi.

Successivamente si sono svolte le premiazioni della seconda edizione del concorso "Il design per la macchine agricole", realizzato in collaborazione con AgenForm – CEMI. Collegati per descrivere le attività dell'istituto e l'importanza sempre maggiore del "design" quale elemento di ottimizzazione, non solo estetica ma anche funzionale, dei macchinari agricoli, Giancarlo Arneodo, Direttore AgenForm e Giorgio Stirano, noto ingegnere italiano (esperto in vettura da corsa) e presidente di giuria del concorso.

Coordinata da Costanzo Rinaudo, Coordinatore responsabile AgenForm CEMI, la consegna dei riconoscimenti del concorso, suddiviso su due categorie: studenti/istituti scolastici e aziende.

Questi i premiati nella categoria studenti. 1^a classificata Anita Stella Macario (Liceo Artistico "Soleri Bertoni" – Saluzzo). 2^o Matteo Amati e Matteo Fontana (IIS "GrandiS" – Cuneo). 3^o parimerito tra Mattia Mesto (Liceo Artistico "Soleri Bertoni" – Saluzzo) e il gruppo di classi IV A e IV B dell'ITIS "Mario del Pozzo di Cuneo". Per la sezione aziende: 1^o classificati Andrea Giannone e Greta Bia Petrilli con un progetto per la ditta Frandent (Osasco – Torino). 2^o Edoardo Landi e Andrea Arese con la ditta Fissore (Cavallermaggiore). 3^o Alberto Audisio e Francesco Maria Chimenti con la ditta Rosatello (Lagnasco).

I saluti di Federico Borgna, sindaco di Cuneo e presidente della provincia, e Francesca Nota, presidente del Movimento Giovani Imprenditori di Confartigianato Cuneo, hanno introdotto l'ultima parte dell'assemblea, riservata alla presentazione dell'evento "FindYourFuture", manifestazione dedicata ai giovani e al loro futuro scolastico, professionale personale, in programma per il prossimo 23 luglio in Piazza

Virginio a Cuneo.

Per spiegare la manifestazione sono intervenuti Alessandro Marcon, presidente di FabLab Cuneo (laboratorio di fabbricazione digitale incubato da Confartigianato Cuneo e aderente alla rete della prestigiosa università MIT di Boston) e Alberto Sardo, studente e ideatore del progetto.

Nella parte privata dell'assemblea si è anche svolto il rinnovo del Consiglio dell'Associazione. Confermati alla presidenza Luca Crosetto e alla vicepresidenza Roberto Allasia. Il Consiglio di Amministrazione costituitosi è composto da: Davide Abbà, Gianfranco Boffa, Giorgio Bolla, Cristina Bonino, Francesco Bravo, Ezio Bruno, Ivano Fissore, Simone Orsi, Roberta Ricca, Claudio Roffredo, Marco Rosatello, Massimo Sanfelici.

«Un'assemblea ricca di contenuti – commenta il presidente Crosetto – nella quale abbiamo voluto ricordare le tante iniziative sviluppate in favore delle aziende in questi ultimi tre anni e in particolar modo nell'ultimo periodo, caratterizzato dall'emergenza Covid.

Tra tutte, il recente incontro il Governatore Alberto Cirio e l'assessore Marco Protopapa per discutere del rilancio del nostro comparto attraverso incentivi e misure strutturali, promozione di prodotti e territorio per valorizzare e far conoscere il “made in Piemonte” in tutto il mondo e attivazione di progetti integrati di filiera che mettano in rete settore agricolo con piccole e medie imprese.

Un'occasione di dialogo con istituzioni e realtà locali, tra cui cito l'Ente Manifestazioni di Savigliano, con la quale stiamo cercando di tornare ad organizzare per il prossimo 2022 una Fiera della Meccanizzazione che dia valore ad aziende e pubblico. Soprattutto, si è trattato di un momento per valorizzare sicurezza sul lavoro e innovazione, temi che ci stanno a cuore, attraverso le collaborazioni con il CNOS-FAP e l'AgemForm, il concorso sul “design” e il supporto di

iniziative quali “FindYourFuture”».

Cnvv: Analisi trimestrale dell'export delle province di Novara e di Vercelli

Il quarto trimestre del 2020 è stato caratterizzato dall'introduzione di nuove misure restrittive a causa dell'arrivo della seconda ondata pandemica che ha coinvolto non solo il nostro Paese, ma tutta l'Europa e l'America, sia del Nord che del Sud. Nonostante ciò le performance descritte in questo Rapporto non si discostano di molto rispetto al trimestre precedente, con l'eccezione del comparto del tessile-abbigliamento, che ha sofferto maggiormente.

1. La dinamica dell'export complessivo e manifatturiero delle province di Novara e Vercelli globalmente considerate. Nel quarto trimestre del 2020 le esportazioni complessive delle province di Novara e Vercelli sono diminuite nel loro insieme del -1,1% tendenziale, quelle nazionali del -1,8%. Il dato relativo all'intero anno 2020 evidenzia un calo tendenziale del -9,5% a livello delle due province globalmente considerate, e un calo sostanzialmente analogo a livello nazionale, pari al -9,7%. Considerando le sole esportazioni manifatturiere delle province di Novara e Vercelli, nel 2020 risultate pari a 7 miliardi di euro, esse hanno registrato un calo tendenziale pari al -9,7%.

La flessione ha interessato tutti i comparti, con le sole eccezioni degli articoli farmaceutici che, al contrario, hanno registrato una forte crescita in conseguenza dell'emergenza sanitaria in atto (+23,8%) e del piccolo comparto del legno,

carta e stampa (+1,7%).

Quanto agli altri settori, partendo dalle performance peggiori, i prodotti petroliferi raffinati sono calati del -53,5%; i mezzi di trasporto del -35,9%; i computer e prodotti ottici del -16,1%. L'aggregato "prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori" si è ridotto del -15,2%, con al suo interno il comparto dei prodotti tessili che ha registrato un calo del -28,9% e quello più grande degli articoli di abbigliamento che è calato del -15,3%.

L'export articoli in gomma e materie plastiche si è contratto del -15,9%; quello dei metalli e prodotti in metallo del -11,3%; i macchinari ed apparecchi hanno registrato un -10,6%, con al loro interno le macchine di impiego generale che si sono ridotte di un analogo -10,6%; l'export di apparecchi elettrici ha subito una flessione del -1,5%, quello dei prodotti alimentari, bevande e tabacco del -1,3%; quello delle sostanze e prodotti chimici del -0,9%. Per quanto riguarda la ripartizione geografica dell'export, nel 2020 si osserva un calo delle vendite del -7,9% verso l'Unione europea e del -11,7% verso i Paesi extra-Ue 27.

Le esportazioni di manufatti dirette verso i 27 Paesi Ue, pari a 3,9 miliardi di euro, hanno rappresentato nel 2020 il 55,0% dell'export manifatturiero delle province di Novara e Vercelli considerate insieme; quelle dirette verso i mercati extra-Ue, pari a 3,1 miliardi di euro, sono equivalenti al 45,0% dell'export manifatturiero delle due province.

Quanto ai singoli mercati di sbocco, nel 2020 l'elemento più evidente, oltre alla contrazione dell'export manifatturiero delle due province verso gran parte dei principali Paesi di destinazione, è la forte crescita delle esportazioni verso la Cina (+23,4%), unitamente a quella più contenuta verso il Belgio (+6,5%) e a quella minima verso la Polonia (+0,5%). Quanto agli altri Paesi, le contrazioni dell'export vanno da quelle più lievi verso i Paesi Bassi (-0,2%), la Germania

(-4,9%) e la Francia (-6,5%) a quelle più sostenute verso gli Stati Uniti (-11,4%), la Spagna (-14,9%), il Regno Unito (-15,9%) e la Svizzera (-19,0%).

In questo contesto, Germania e Francia si confermano nell'ordine i primi 2 Paesi di destinazione dell'export manifatturiero provinciale, abbondantemente davanti a Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito.

Nel complesso questi 5 Paesi assorbono il 49,2% dell'export manifatturiero delle due province, in calo del -10,1% rispetto al 2019. Si osserva inoltre, rispetto al Rapporto precedente, il ritorno al terzo posto da parte degli Stati Uniti con la Svizzera che si riposiziona quarta; il Regno Unito conserva la quinta; la Cina si posiziona sesta scalzando la Spagna che diviene settima. Paesi Bassi, Polonia e Belgio mantengono rispettivamente l'ottava, la nona e la decima posizione.

Sul fronte delle importazioni manifatturiere nel 2020 si registra un calo dell'import da tutti i principali mercati di approvvigionamento, fatta eccezione per la Cina, dalla quale le due province di Novara e Vercelli registrano un significativo incremento delle importazioni pari al +23,4%, e il Belgio, che registra una crescita del +6,5%.

Quanto agli altri principali Paesi di provenienza dell'import manifatturiero si osserva invece un calo a due cifre per il Regno Unito (-15,9%), la Spagna (-14,9%), la Tunisia (-11,8%) e gli Stati Uniti (-11,4%). Più contenuta la flessione da Francia (-6,5%), Germania (-4,9%), Giappone (-0,6%) e Paesi Bassi (-0,2%). I principali mercati di approvvigionamento delle due province si confermano, nell'ordine, Germania, Cina, Francia, Stati Uniti: da questi soli 4 Paesi proviene il 56,6% dell'import manifatturiero delle province di Novara e Vercelli, risultato in calo del -8,1% rispetto al 2019. Completano la classifica, nell'ordine, il Belgio che si posiziona quinto al posto dei Paesi Bassi che divengono sesti, la Spagna, il Regno Unito, la Tunisia e il Giappone.

2. Provincia di Novara

• Osservatorio Macchine di impiego generale
Nel quarto trimestre 2020 le esportazioni di macchine di impiego generale (rubinetteria-valvolame) confermano l'inversione di tendenza osservata nel trimestre precedente, mettendo a segno una crescita del +4,2% tendenziale, mentre sul piano nazionale si è registrata una ulteriore flessione, per quanto lieve, pari al -1,0%; il dato relativo al 2020 evidenzia una contrazione dell'export del -5,6% per la provincia di Novara e un calo del -13,2% a livello nazionale. Per quanto riguarda le destinazioni dell'export, Belgio, Paesi Bassi e Svizzera sono gli unici Paesi tra i principali mercati di sbocco verso i quali nel 2020 si è registrata una crescita, nella misura del +11,3%, +10,6% e +8,6% rispettivamente.

L'export verso tutti gli altri principali mercati di sbocco è risultato invece in flessione, particolarmente sostenuta per la Russia (-21,9%), il Regno Unito (-17,1%) e la Germania (-11,1%); più contenuta verso la Grecia (-9,3%), gli Stati Uniti (-5,0%), la Francia (-4,2%) e la Spagna (-2,8%). Nel 2020 i principali mercati di sbocco si confermano, nell'ordine, Francia, Germania, Stati Uniti e Regno Unito: la quota complessiva di export diretta verso questi 4 Paesi è pari al 44,6%, in calo del -8,8% rispetto al 2019.

Nella classifica si confermano inoltre, nell'ordine, le posizioni di Spagna, Paesi Bassi e Belgio; la Grecia si posiziona ottava al posto della Svizzera, che diviene nona; la Russia si conferma al decimo posto.

• Osservatorio Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento
Nel quarto trimestre 2020 le esportazioni di prodotti tessili e dell'abbigliamento della provincia di Novara sono calate del -13,2% tendenziale (a fronte del -4,1% registrato nel terzo trimestre), quelle nazionali del -14,0% (a fronte del -9,8% del terzo trimestre). Il dato relativo al 2020 indica un calo del -11,7% per l'export novarese, e uno del

-18,7% per l'export italiano del settore.

Quanto ai principali mercati di sbocco, nel 2020 si osserva un calo generalizzato dell'export verso tutti i principali Paesi di destinazione dei prodotti tessili e abbigliamento della provincia di Novara, con l'eccezione della Svizzera che cresce del +2,2% (a fronte tuttavia del +12,4% registrato nei primi 9 mesi del 2020) e della Corea del Sud che, grazie al forte incremento registrato nel quarto trimestre (+123,9%), si porta in territorio positivo mettendo a segno un incremento del +4,9%. Le flessioni registrate dalle altre principali destinazioni dell'export sono particolarmente sostenute verso Stati Uniti (-44,0%), Regno Unito (-23,0%), Germania (-20,7%), Spagna (-18,9%) e Francia (-17,7%).

Più contenute verso Tunisia (-9,6%), Giappone (-6,7%) e Polonia (-2,9%). La Svizzera si conferma nettamente il principale mercato di sbocco, verso il quale si dirige il 49% dell'export settoriale della provincia di Novara, in crescita del +2,2% rispetto al 2019. Quanto agli altri Paesi la classifica rimane immutata rispetto all'Osservatorio precedente, con la sola variazione della Germania che si posiziona quarta al posto del Giappone, che diviene quinto. Francia e Regno Unito mantengono rispettivamente la seconda e la terza posizione; mentre dal sesto posto si confermano, nell'ordine, Spagna, Stati Uniti, Tunisia, Corea del Sud e Polonia.

3. Provincia di Vercelli

• Osservatorio Macchine di impiego generale Nel quarto trimestre 2020 le esportazioni di macchine di impiego generale (rubinetteria-valvole) della provincia di Vercelli sono calate del -20,0%, quelle italiane del -1,0%.

Il dato relativo al 2020 evidenzia un calo del -22,6% a livello provinciale e uno del -13,2% a livello nazionale. Nel 2020 l'export flette verso tutti i principali Paesi di

destinazione dell'export vercellese di rubinetteria e valvolame, fatta eccezione per la Svizzera, che registra una crescita pari al +6,2%, la Germania che ne mette a segno una del +8,3% e il Belgio (+51,0%) che, grazie al forte incremento del quarto trimestre (171,6%), si inserisce nella classifica dei principali mercati di sbocco della provincia di Vercelli, scalzando l'Ungheria, che ne fuoriesce.

Quanto agli altri Paesi, si registrano forti flessioni verso la Spagna (-61%) e la Francia (-43,7%); consistenti anche le contrazioni verso Regno Unito e Stati Uniti (entrambi -19,5%), Svezia (-13%) e Paesi Bassi (-11,9%); più contenuta quella verso l'Arabia Saudita (-3,1%). Germania e Francia si confermano i principali mercati di sbocco dell'export settoriale provinciale: i soli due Paesi considerati hanno assorbito nel 2020 il 30,1% dell'export, in flessione del -14,7% rispetto al 2019. Rispetto al Rapporto precedente, l'ordine della classifica rimane immutato fino all'ottava posizione ed è il seguente: Germania, Francia, Spagna, Stati Uniti, Svizzera, Regno Unito, Arabia Saudita e Paesi Bassi. Al nono posto si inserisce il Belgio, mentre la Svezia conferma la sua decima posizione.

• Osservatorio Prodotti delle industrie tessili e dell'abbigliamento Nel quarto trimestre 2020 le esportazioni di prodotti tessili e dell'abbigliamento della provincia di Vercelli sono calate del -10,9% tendenziale (a fronte del -4,1% del terzo trimestre); quelle nazionali si sono ridotte del -14,0% (a fronte del -9,8% del terzo trimestre).

Nel complesso del 2020 l'export provinciale si è ridotto del -25,2%, quello nazionale del -18,7%. Quanto ai principali mercati di sbocco, nel 2020 si è registrata la contrazione dell'export verso tutti i primi 10 Paesi di destinazione delle esportazioni vercellesi di tessile-abbigliamento, fatta eccezione per quelle dirette in Cina (+17,5%) e in Svizzera (+1,0%). Riguardo agli altri Paesi, le contrazioni dell'export sono a due cifre: Hong Kong -53,3%;

Stati Uniti -40,5%; Giappone -36,1%; Francia -31,7%; Corea del Sud -27,2%; Regno Unito -25,4%; Germania -21,4%; Russia -12,2%. Rispetto al precedente Rapporto, la classifica subito alcune variazioni in termini di posizionamenti: la Cina sale in vetta alla classifica, scalzando gli Stati Uniti che scivolano al secondo posto.

Dal terzo al sesto posto si confermano, nell'ordine, Francia, Regno Unito, Hong Kong e Russia. La Svizzera dal nono posto si porta al settimo, invertendo la posizione con la Germania che diviene nona; la Corea del Sud si conferma ottava e il Giappone decimo. Quanto alla concentrazione dei principali mercati di sbocco, i primi 4 Paesi assorbono il 47,6% dell'export settoriale provinciale, in calo del 23,1% rispetto al 2019

CLICCA PER LEGGERE TUTTO IL REPORT – Novara e Vercelli – IV trim 2020

Manutenzione ordinaria dei percorsi escursionistici, entro il 10 giugno le domande per partecipare al bando

La Città Metropolitana di Torino ha pubblicato sul proprio portale Internet il **bando 2021** per la concessione di **contributi alle associazioni per interventi di manutenzione ordinaria del patrimonio escursionistico**. È in corso la fase di ricezione, esame e istruttoria delle domande, per la

selezione dei progetti e delle spese ammissibili all'erogazione dei contributi.

Potranno presentare la domanda di partecipazione al bando **entro il 10 giugno** le **associazioni**, i **comitati formalmente costituiti**, le **sezioni del CAI** e altri **oggetti no profit** con personalità giuridica, che abbiano sede o che svolgano la loro attività nei settori di rete escursionistica interessati dal programma di intervento.

QUALI INTERVENTI SARANNO FINANZIABILI

Il bando ha l'obiettivo di sostenere i programmi di interventi di **manutenzione ordinaria sulla rete escursionistica locale** da realizzarsi nel corso del 2021. La Città Metropolitana di Torino promuove la programmazione degli interventi sul patrimonio escursionistico in ciascun territorio, attraverso la **concertazione delle azioni tra tutti gli attori** a vario titolo impegnati nella gestione della rete escursionistica.

Il bando ha una dotazione complessiva di **25.000 euro** ed è suddiviso in **due sezioni**, dedicate la prima ai **programmi di intervento di ampiezza superiore ai 10 Km** (con una dotazione di 20.000 euro) e la seconda ai programmi di **ampiezza compresa tra 2 e 10 Km** (dotazione di 5.000 euro). Ogni soggetto può partecipare ad una sola sezione. Il contributo massimo concedibile per ogni programma di intervento sarà **4.000 euro per la sezione 1 e 1000 euro per la sezione 2**. Il contributo potrà coprire il **90% delle spese rendicontate** e sarà determinato forfettariamente in **100 Euro per ogni chilometro di percorso escursionistico oggetto di manutenzione**.

I contributi andranno a sostenere gli interventi su **percorsi inclusi nel Catasto regionale del patrimonio escursionistico appartenenti ad itinerari registrati**, i percorsi inclusi nel Catasto regionale del patrimonio escursionistico appartenenti ad **itinerari in corso di registrazione** (purché sia già avvenuta la sottoscrizione del protocollo d'intesa tra tutti

gli Enti interessati e sia stata conclusa con esito positivo la fase di pubblicità), i percorsi inclusi nel Catasto Regionale del patrimonio escursionistico non ricadenti nelle due fattispecie precedenti.

Il bando fissa alcuni requisiti in termini di **concertazione locale**, indicando la necessità di **definire l'ambito territoriale interessato** dai rispettivi programmi manutentivi, **concordare l'elenco complessivo dei percorsi e degli itinerari escursionistici** da sottoporre a manutenzione ordinaria nel 2021 individuando i **soggetti attuatori** per ciascuno di essi, **concordare i percorsi** da inserire nel programma manutentivo da candidare a finanziamento sul bando 2021, **concordare tempi e modi per il monitoraggio** e l'aggiornamento ricorrente del programma concordato.

La tipologia degli interventi ammissibili ai fini della concessione dei contributi riguarda esclusivamente la **manutenzione ordinaria**: contenimento e/o rimozione della vegetazione erbacea e arbustiva infestante, rimozione degli alberi schiantati sui sentieri, ripristino della segnaletica orizzontale di continuità (tacche e segnavia), riparazione e messa a norma della segnaletica verticale, risistemazione del piano di calpestio, ripristino o realizzazione di piccoli manufatti per la regimazione delle acque piovane, ripristino di guadi e passerelle per l'attraversamento di corsi d'acqua.

Le **spese ammissibili e rendicontabili** sono innanzitutto quelle per l'**acquisto di materiali di consumo**: vernici, pennelli, mascherine, carburanti, lubrificanti, paleria, tavolame, graffe, chiodi, viti, profilati metallici, ecc. Ammissibili anche le spese per il **noleggio di attrezzature** come motoseghe, decespugliatori e tosasiepi, l'**acquisto di piccoli utensili**, di **cartelli segnaletici** che siano conformi alle disposizioni della Regione Piemonte, di **dispositivi di protezione individuale**, compresi quelli previsti per il contenimento del Covid-19. Sono anche ammissibili le spese di **assicurazione, trasporto, vitto e alloggio dei volontari**.

CHI PUÒ PRESENTARE LE DOMANDE, QUANDO E COME

I soggetti interessati devono presentare domanda di contributo, corredata della documentazione prevista, alla **Città Metropolitana di Torino-Direzione Sviluppo Rurale e Montano**, corso Inghilterra 7, 10138 Torino entro e non oltre il 10giugno mediante **posta elettronica certificata PEC** all'indirizzo **protocollo@cert.cittametropolitana.torino.it** e per conoscenza all'indirizzo **rete.sentieristica@cittametropolitana.torino.it**

Possono essere presentate una **domanda singola per un programma di intervento con un beneficiario** o una **domanda collegata per un programma di intervento con un massimo di tre beneficiari**. In questo secondo caso i beneficiari collegati devono allegare alla loro domanda un unico programma di intervento, indicando l'attribuzione di ciascun intervento e producendo una dichiarazione di collegamento sottoscritta da tutti i beneficiari.

Una commissione di valutazione esaminerà le domande pervenute attribuendo a ciascun intervento previsto dal programma un punteggio in base ad una serie di criteri.

Si terrà conto del fatto che i percorsi siano appartenenti ad **itinerari registrati di cui la Città Metropolitana è ente capofila del protocollo d'intesa** per la registrazione e valorizzazione, oppure che appartengano ad uno o a nessuno degli altri itinerari registrati.

I programmi dovranno essere **realizzati nel corso dell'anno 2021 e rendicontati entro e non oltre il 30 novembre**. Sono ammesse **varianti al programma di intervento** in corso di realizzazione, per comprovate **cause di forza maggiore**, purché non determinino una diminuzione del punteggio sulla base del quale è stata determinata la posizione del programma in graduatoria. Ogni variante dovrà essere preventivamente autorizzata dalla **Direzione Sviluppo rurale e montano della Città Metropolitana**.

Una volta completati gli interventi, i beneficiari dovranno inviare all'indirizzo e-mail

rete.sentieristica@cittametropolitana.torino.it un **prospetto di rendicontazione degli interventi**, con l'elenco dei percorsi sui quali sono stati eseguiti e la documentazione fotografica (massimo 5 fotografie per percorso) in formato .jpg.

La modulistica e la documentazione informativa sono scaricabili nel portale Internet della Città Metropolitana di Torino alla pagina

—

CCIAA Torino: prosegue la campagna di influencer marketing

Prosegue anche nel 2021 la campagna di influencer marketing "Torino Tales" della **Camera di commercio di Torino** e di **Turismo Torino e Provincia** che punta a coinvolgere content creators nazionali (e non solo) per il rilancio di Torino e della sua provincia post Covid19.

Avviato lo scorso luglio con tre importanti influencer italiani e proseguito con un'instagrammer tedesca in ottobre, la campagna porterà nel **mese di giugno** nuovi influencer in città, guardando principalmente al mercato italiano e a quello straniero di prossimità: Francesco e Veronica di PositiviTrip, Gabriele Colzi, Marion Bertorello e Manuela Vitulli.

A loro il compito di raccontare, attraverso varie experiences, il capoluogo subalpino: dalle sue rinomate bellezze artistiche e architettoniche, al patrimonio storico e culturale oltre che naturalistico, con un'attenzione particolare alla contemporaneità, al design e alla tradizione culinaria. A fine giugno sarà la volta del target famiglie con focus sul verde e sul vivere la città

all'aperto.

Il progetto – affidato all'agenzia HappyMinds – prevede tre principali azioni: lancio e teaser, live degli eventi e follow up evento per valutare le impression, la reach (le persone raggiunte), le interazioni con i post ed engagement rate (like, condivisioni e commenti), numero degli utenti che hanno postato con gli hastag di riferimento.

I content creators in arrivo sono:

PositiviTrip scopriranno Torino dall'8 al 10 giugno rivolgendosi ad un pubblico che ama viaggiare in coppia: Francesco & Veronica, travel bloggers in giro per il mondo, appassionati di video e di fotografia, hanno un blog di viaggi dove raccontano le loro esperienze e un account tiktok con più di 200mila follower e video che raggiungono un 1 milione di visualizzazioni. A loro il compito di raccontare "La Torino inattesa del food", un viaggio alla scoperta di tutti quei luoghi che, per storia o a livello contemporaneo, faranno conoscere alle persone la grande tradizione di Torino legata all'esperienza culinaria.

Gabriele Colzi, dall'11 al 13 giugno, si addenterà alla scoperta della storia e della tradizione, grazie al patrimonio artistico, cuore della città, rivolgendosi principalmente a chi viaggia in autonomia. In arte "Gabdetails" è un giovane igers toscano. Seguito da oltre 73mila followers su IG si definisce "creator compulsivo di guide di viaggio" e ha scelto instagram come veicolo per raccontare i suoi viaggi e condividere i suoi scatti attraverso luce e colori pastello.

Dal 21 al 23 giugno si svolgerà un tour doppio, toccherà a **Marion Bertorello** e Manuela Vitulli del blog Pensieri In Viaggio. Marion, seguita su IG da oltre 122mila follower scoprirà le eccellenze storiche culturali della città con un occhio di riguardo alla cucina vegetariana. **Manuela Vitulli**, seguita su IG da oltre 130mila persone, è da sempre appassionata di scrittura e viaggi, da qui nasce il suo blog Pensieri In Viaggio, un punto di riferimento per chi cerca ispirazione e idee. Entrambe vivranno un tour strutturato ad hoc alla scoperta di Torino, rivolgendosi agli amanti dell'arte e del buon cibo, che amano viaggiare e fare esperienze dal taglio lifestyle.

*“Scoperte enogastronomiche, musei all’aperto e verde, la città tra passato e futuro saranno i filoni principali delle visite – sottolinea **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino – anche per andare incontro ad un concetto di turismo che in questo anno si è evoluto ed è in cerca di novità. Vogliamo per questo puntare molto sulle esperienze: laboratori e degustazioni con i nostri Maestri del Gusto e produttori di vini Torino DOC, ma anche la presentazione di luoghi nuovi e inaspettati per svelare, in particolare ai turisti italiani, la Torino da scoprire in tutta sicurezza e libertà”.*

*“La scoperta e la narrazione del nostro territorio – sottolinea **Maurizio Vitale**, Presidente di Turismo Torino e Provincia – operata da “ambasciatori digitali” attraverso stories, post e immagini, rappresenta una modalità efficace di valorizzazione della città di Torino. L’integrazione di qualificati “content creators” al processo promozionale ne potenzierà la notorietà domestica e internazionale”.*