



**Allegato 2)**

**TERRITORIO TURISTICO  
BOLOGNA-MODENA**

**P.T.P.L. 2024**

**AMBITO 2  
INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI  
INTERESSE LOCALE**

## INDICE PROGETTI

### Bologna

1) UNIONE APPENNINO BOLOGNESE - Crinali Teatro 2024.....	2
2) COMUNE ALTO RENO TERME - LookAp! Metamorfosi e l'Appennino Ritrovato: arte diffusa, natura ed escursioni.....	4
3) UNIONE SAVENA IDICE - Slow travel sui Colli Bolognesi.....	7
4) COMUNE DI DOZZA - Fantastika "La forma del drago" - VII Edizione biennale d'illustrazione... 10	
5) UNIONE RENO GALLIERA - Conosci la Ciclovia del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura.....	14
6) COMUNE DI IMOLA - Bacchanale 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica.....	16
7) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile.....	19
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE - BE IN WONDERLAND - culture sport nature in Imola area. 24	
8) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOUR: Turismo enogastronomico ed esperienze.....	27
9) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - Notte Celeste – Terme in festa.....	30
10) COMUNE DI BOLOGNA – Dipartimento Cultura e Promozione della Città - XXI Giornata Nazionale del Trekking Urbano.....	33
11) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna.....	35
12) Società di Mutuo Soccorso fra i Salsamentari e gli Esercenti e Industrie Affini Fondata nel 1876 - Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.....	39
13) Associazione Culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape - Narrative Italian Landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l'accessibilità culturale.....	43
14) CARTA BIANCA APS - Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024.....	49
15) IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY: Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile.....	51
16) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - Riprendere la Pianura.....	54
17) VITRUVIO A.s.d. - Sull'onda dell'Ammiraglio dalle acque del Reno a quelle degli oceani.....	56
18) Ass. turistica PRO LOCO CASTEL SAN PIETRO TERME - "L'Antico Castello: Dante primo turista tra Emilia e Romagna - XIV edizione).....	61
19) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - Iniziative turistiche di interesse metropolitano.....	64

### Modena

1) UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO - Frignano Experience: Vivi, scopri, assapora.....	68
2) COMUNE DI MARANELLO PER STTI - Maranelloplus: Fast cars, slow life.....	71
3) COMUNE DI CARPI - Carpi Tour, Accessibilità digitale per tutti.....	74
4) COMUNE DI MODENA - Piano di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale.....	76

## **BOLOGNA**

### **1) UNIONE APPENNINO BOLOGNESE - Crinali Teatro 2024**

P.G. n. 65575/2023  
Integrazione P.G. n. 69378/2023

#### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

-

#### **DESCRIZIONE SINTETICA**

L'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese gestisce la funzione turistica degli 11 comuni afferenti. Crinali 2024 coinvolgerà 10 comuni, in particolare: Marzabotto, Vergato, Castel D'Aiano, Grizzana Morandi, Gaggio Montano, Castel di Casio, Camugnano, Castiglione dei Pepoli, Monzuno, San Benedetto, Val di Sambro.

Il festival Crinali, nel rispetto delle linee di indirizzo strategiche programmatiche elaborate dal Territorio Turistico Bologna-Modena, si inserisce perfettamente nell'ambito dei prodotti legati alla cultura e all'outdoor. Per questo secondo aspetto in particolare sono previste vere e proprie produzioni artistiche da realizzare lungo i cammini della Via Degli Dei, della Via della Lana e della Seta, della Mater Dei, della Linea Gotica e della Piccola Cassia con riferimento alla bretella da Gaggio Montano a Porretta Terme. Inoltre sono previsti anche interventi lungo il tratto appenninico della Ciclovia del Sole. L'aspetto innovativo che caratterizza il festival consiste nell'affidare la lettura e l'interpretazione artistica di luoghi particolarmente rilevanti da un punto di vista turistico ad artisti provenienti da diversi ambiti espressivi. Con particolare riferimento ai camminatori che popolano i nostri cammini, il programma prevede, con l'accompagnamento di guide professionali, di incontrare attori e circensi lungo i tragitti. In concreto gli artisti dovranno interpretare anche da un punto di vista fisico le emergenze naturali e ambientali in cui viene realizzata la loro performance. Le finalità insite in questo progetto sono rappresentate dalla possibilità di far conoscere gli aspetti più originali e misteriosi dei luoghi appenninici anche grazie alla lettura che viene fatta dagli artisti coinvolti. Il festival giunge quest'anno alla quinta edizione, il consenso ottenuto è stato significativo. Nel 2023 sono stati messi in scena 51 appuntamenti con la presenza di 10.000 partecipanti. Altro aspetto significativo, già presente nelle passate edizioni che tornerà anche per la programmazione 2024, saranno gli eventi presentati all'interno dell'area archeologica di Kainua a Marzabotto, nel castello della Rocchetta Mattei a Grizzana Morandi, nel Palazzo Comelli di Camugnano, a Casa Costonzo a Vergato, a Palazzo d'Affrico a Gaggio Montano, nell'Orrido di Gea a Castel D'Aiano, nei Fienili del Campiario a Grizzana Morandi e nei mulini, nelle ferriere e negli oratori che sono presenti sul territorio. Come si può ben vedere, non solo gli interventi in natura, ma anche nei beni culturali e storici nella nostra montagna. Per questa edizione del PTPL è stato deciso di concentrarsi su una singola sezione di Crinali, ovvero quella dedicata al teatro e alle arti circensi, con particolare attenzione al teatro di figura. L'edizione 2024 si svolgerà da maggio a dicembre e vedrà coinvolti molti artisti e compagnie teatrali e circensi, tra cui: Silvio Orlando, Marco Paolini, Ottavia Piccolo, Ginevra di Marco, associazione Simurgh, Circolo Marescotti, associazione Arterego, Circo in Rotta, Compagnia Ca'Rossa, Francesca Zaccarato, Matteo Curatella, Francesca Mari, Circo Paniko. Gli eventi saranno documentati attraverso fotografie e video, anche con utilizzo di drone, e verrà effettuata una comunicazione promozionale social su canali dedicati in coerenza con le linee comunicative del Territorio Turistico Bologna Modena in coordinamento con la DMO di riferimento. Sarà privilegiata la promozione tramite social dedicati, sito internet dell'ente proponente e redazione locale SITUR rispetto alla stampa cartacea dei materiali informativi. La stampa sarà limitata a 5.000 brochure in italiano distribuiti in maniera capillare sul territorio. Gli eventi saranno accessibili a persone con disabilità motoria, sensoriale o cognitiva e verranno date informazioni su come poter partecipare e raggiungere il luogo dell'evento in caso di disabilità.

## AZIONI

1. Verranno effettuati attenti sopralluoghi per la scelta delle location più adatte che caratterizzeranno le produzioni artistiche.
2. Verrà confermata la prenotazione agli eventi attraverso la piattaforma Trekksoft, già utilizzata nelle precedenti edizioni consolidando la collaborazione con Bologna Welcome ed eXtraBo.
3. Per gli spettacoli a pagamento verrà previsto un voucher da regolarizzare alla cassa secondo la normativa SIAE
4. Sulla base delle location scelte, verranno individuati gli artisti più adatti ad interpretare la narrazione di questo territorio.
5. La programmazione avrà tra i suoi obiettivi la costruzione di un'offerta turistica attua a favorire i pernottamenti nelle strutture turistiche presenti in Appennino.
6. Tutti gli accompagnamenti e le visite guidate saranno realizzate con guide professionali.
7. In seguito all'adesione dell'Unione dei Comuni dell'Appennino bolognese al Network nazionale "comuni amici della famiglia" promosso dall'Agenzia per la Coesione Sociale di Trento, una sezione di Crinali sarà appositamente dedicata alle famiglie con bambini.
8. In tutti gli interventi artistici verrà rispettato il protocollo deontologico: versamenti empals, inps, condizioni di lavoro nel rispetto delle norme di sicurezza.
9. Gli eventi saranno resi accessibili.

## AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Saranno coinvolti i territori dei comuni di Marzabotto, Vergato, Castel D'Aiano, Grizzana Morandi, Gaggio Montano, Castel di Casio, Camugnano, Castiglione dei Pepoli, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro.

## PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Da maggio a dicembre 2024

## CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Sopralluoghi	Documentazione video e fotografica
Piattaforma trekksoft	Contratto con Bologna Welcome
Voucher	Biglietti venduti
Selezione artisti	Contratti di scrittura
Favorire pernottamenti	Verifica arrivi/presenze
Guide professionali	Accordi e contratti
Appuntamenti dedicati alle famiglie	Utilizzo loghi network
Deontologia	Contratti di scrittura
Eventi accessibili	Indicazioni sull'accessibilità nel materiale promozionale

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000**

**PUNTEGGIO: 83**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

## **2) COMUNE ALTO RENO TERME - LookAp! Metamorfosi e l'Appennino Ritrovato: arte diffusa, natura ed escursioni**

P.G. n. 66195/2023  
Integrazione P.G. n. 69009/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comune di Lizzano in Belvedere  
Associazione Appennino Geopark APS  
Cooperativa Madreselva

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto, in collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere e le Associazioni Appennino Geopark e Cooperativa Madreselva che da anni operano in questi territori, prevede la realizzazione di un calendario escursionistico e culturale alla scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Tutte le attività sono fruibili gratuitamente per i turisti che pernottano nei comuni coinvolti in modo da incentivare il pernottamento e la fruizione di servizi di ristorazione e commercio locali. Il programma delle escursioni vuole mettere in risalto le peculiarità territoriali naturali (attraverso i Parchi Naturali, la fauna, la flora, la geologia, i paesaggi, ecc.) le eccellenze storico artistiche, (attraverso i borghi, castelli, santuari, luoghi storici, ecc.) l'enogastronomia (attraverso la visita di aziende agricole, produttori diretti, caseifici, birrifici, ecc.), mentre il programma artistico prevederà incontri, laboratori, attività ed eventi pensati principalmente per bambini e bambine mescolando linguaggi e punti di vista diversi, giocando con materiali di recupero, ascoltando storie e musiche dell'Appennino, perdendosi nel bosco e lungo i sentieri, immergendosi totalmente nella natura e scoprendone le sue bellezze.

#### Obiettivi:

- Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche) collaborando con le strutture ricettive della zona;
- Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi coerente con l'identità turistica del territorio Bologna-Modena;
- Far apprezzare tutta l'area limitrofa svolgendo pubblicità d'immagine, valorizzando alcune eccellenze quali l'ambiente, la storia, la cultura, l'arte, l'enogastronomia e le produzioni locali;
- Far riscoprire ai giovani le tradizioni legate ai nostri luoghi attraverso l'arte, la musica, la scoperta della natura;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive così come la permanenza media, accrescere l'impatto economico nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- Creazione di pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti avvalendosi della collaborazione con Appennino Slow o Vivi Appennino (tour operator locali);
- Fidelizzazione del turista in modo che si generi un buon passaparola anche attraverso i canali social.

#### A chi si rivolge:

- Ai turisti dell'Appennino Bolognese, Modenese e Tosco-Emiliano, ai cittadini della città metropolitana di Bologna e della Provincia di Pistoia;
- a tutte le persone interessate ad un turismo di qualità a contatto con la natura, alla scoperta delle emergenze storiche, artistiche ed enogastronomiche del territorio;
- a coloro che vogliono vivere l'identità autentica del territorio montano;
- ai bambini e alle famiglie che vogliono passare un week-end in Appennino godendo di un turismo esperienziale fatto su misura.

Comunicazione e marketing:

- Realizzazione di un dépliant pieghevole complessivo dell'offerta e di due pieghevoli distinti secondo le attività (escursioni e arte) affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e uffici d'informazione della zona, nell'ufficio eXtraBO dedicato alla Città Metropolitana di Bologna, ma anche nei siti degli uffici turistici di città limitrofe, come Modena e Pistoia;
- Divulgazione del progetto nei siti degli alberghi e strutture ricettive e attraverso portali turistici e canali social come, Discover Alto Reno Terme, Bologna Welcome, eXtraBO, Vivi Appennino Bolognese, Corno alle Scale e altri siti locali;
- Divulgazione del progetto attraverso il calendario Bologna Estate 2024 e la Redazione Locale presente nello IAT R di Sasso Marconi;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook degli uffici IAT, della guida turistica "Michela Marcacci - GuidAppenninoTrekking" e della Cooperativa Madreselva quali soggetti coinvolti, oltre all'utilizzo di canali di comunicazione come radio, webradio, giornali e quotidiani locali;
- Collaborazione con fotoreporter e blogger per la creazione di storytelling, materiale fotografico e racconto del territorio utili per aumentare la visibilità, la divulgazione del progetto e l'appetibilità del territorio.

#### Progettazione commerciale e creazione di pacchetti turistici

Come ulteriore sviluppo turistico, si provvederà all'ideazione e progettazione di proposte turistiche correlate alle escursioni in programma, per la creazione di pacchetti turistici dedicati, in collaborazione con diversi tour operator tra i quali Appennino Slow, gestore dell'Ufficio IAT R di Sasso Marconi. Verranno quindi previste:

- l'ideazione e mappatura delle attività correlate da inserire in proposte turistiche organiche e complete che agevolino la presenza turistica sul territorio;
- il coinvolgimento attivo di strutture ricettive, di ristorazione, aziende di produzione enogastronomiche e produzioni artigianali;
- la progettazione e realizzazione di pacchetti turistici relativi al territorio con promo-commercializzazione da parte di Tour Operator (Appennino Slow).

#### **AZIONI**

- Un **calendario di escursioni guidate**, programmate tutti i week-end da luglio a settembre, di durata variabile dalla mezza giornata alla giornata intera, in modo da incontrare le esigenze di ogni tipologia di visitatore, dall'escursionista più esperto al meno. Saranno previste 20 escursioni negli ambiti territoriali interessati, naturalistiche (parchi, sentieri Cai), storico-culturali (centri cittadini, storia termale, musei), enogastronomiche (degustazioni, visite a caseifici e birrifici locali), musicali (Collaborazione con "Criminali") e tematiche (in base agli eventi del territorio);
- Possibilità di **escursioni guidate personalizzate**: i turisti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi e necessità contattando direttamente la guida al di fuori delle escursioni programmate e concordando con lei l'itinerario scelto;
- Possibilità di **richieste su tutto il territorio**: la guida rimane a disposizione del visitatore per qualsiasi necessità turistica ed escursionistica dando consigli, informazioni e suggerendo percorsi e attività. Sarà contattabile attraverso i recapiti e-mail e telefonico, ma anche sui social dedicati.
- **Mostre a tema** presso Il Rifugio Segavecchia a cura della Cooperativa Madreselva, presso la Biblioteca Il Martignano di Lizzano in Belvedere e la Biblioteca G. Martinelli di Porretta Terme;
- **Laboratori e letture "Storie Selvatiche"** presso le Biblioteche Comunali: una serie di incontri cadenzati settimanalmente dedicati ai più giovani, con particolare attenzione alle tematiche ambientali, alla natura e al nostro territorio montano;

- **Spettacolo teatrale** nello storico Paese di Montecatino delle Alpi in collaborazione con la biblioteca di Crinale Solea;
- **Aperitivo bio** con musica e spettacolo presso la realtà florovivaistica del “Canappennino” nel borgo di Castelluccio con possibilità di visita al Castello Manservigi e presso altre aziende agricole locali che accetteranno di essere messe in rete;
- **Proiezioni per bambini e ragazzi** presso il Cinema Teatro “La Pergola” in collaborazione con la Cineteca di Bologna.

**AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Appennino tosco-emiliano, in particolare le aree relative a: Comune Alto Reno Terme e Comune Lizzano in Belvedere

**PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

giugno - luglio - agosto - settembre 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Numero di escursioni in gruppo	Registrazione dei partecipanti
Numero di escursioni personalizzate	Registrazione dei partecipanti
Numero di partecipanti per ogni laboratorio, mostra, lettura, spettacolo	Registrazione dei partecipanti

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 16.00000

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 16.000,00

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

### 3) UNIONE SAVENA IDICE - Slow travel sui Colli Bolognesi

P.G. n. 66217/2023

#### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

-

#### DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto prevede il completamento e la razionalizzazione della rete degli itinerari già esistenti (come Flaminia Minor, Fantini, Mater Dei, ciclovia delle Valli Bolognesi e i vari itinerari di raccordo già tracciati e pubblicati sul sito [www.percorsisavenaidice.it](http://www.percorsisavenaidice.it)) allo scopo di connetterli a tutte le strutture di accoglienza "slow friendly" e ai produttori locali dell'agroalimentare dotati di punti vendita, degustazione, ristorazione e offrire programmi di soggiorno tematici.

Il principale obiettivo del progetto è quello di aumentare l'attrattività e la competitività del territorio e la permanenza media, dando la possibilità agli ospiti delle strutture di accoglienza di partire dalla struttura a piedi o in bicicletta per andare alla scoperta del territorio.

Altro importante obiettivo è la valorizzazione dei produttori locali, connessi tramite itinerari slow. Si potrà quindi attraversare a piedi o in bici la zona dei vigneti di un'azienda agricola per degustare il vino presso la cantina, ecc., seguendo un itinerario la cui descrizione racconta l'azienda, i prodotti e soprattutto i produttori.

L'Unione dei Comuni Savena-Idice si estende in una fascia di territorio che dalla pianura nelle vicinanze di Bologna giunge fino ai confini appenninici con la Toscana. Questa sua distribuzione geografica permette di attraversare diverse aree anche relativamente diverse tra loro, quali pianura, collina, fino ai 1.200 metri dei crinali di confine con la Toscana. Questa conformazione ne fa da sempre una zona di passaggio tra due regioni e due macrocosmi (Pianura Padana e Italia Peninsulare), situazione che ha dato vita a innumerevoli itinerari pedonali e ciclabili. Questa ricchezza può essere valorizzata nell'ottica del turismo lento e sempre più stagionalizzato, un settore che negli ultimi anni ha visto una crescita decisa, sia per quanto riguarda gli italiani, sia per gli stranieri.

La pandemia COVID ha visto un generale calo delle presenze turistiche nel nostro paese e una drastica diminuzione degli arrivi dall'estero, in primis verso le città d'arte e le località di mare, mentre le destinazioni collinari, montane e naturalistiche hanno fatto registrare un vero e proprio boom di presenze che in parte hanno mitigato le perdite del settore turistico. Questa situazione ha accentuato in maniera importante un fenomeno già in crescita, quello del turismo a piedi, in particolare lungo i cammini a tappe, e quello in bicicletta, in particolare legato all'utilizzo dell'e-bike, mezzo che ha permesso l'avvicinamento di un grande numero di persone al turismo a due ruote.

L'obiettivo di questo progetto è favorire la conoscenza degli itinerari locali nel territorio delle valli dei fiumi Savena e Idice da parte di appassionati sia italiani, ma anche e soprattutto stranieri, che stanno tornando a visitare numerosi il nostro paese, offrendo esperienze sicure, autentiche e sostenibili. Al tempo stesso, attraverso eventi di promozione dell'itinerario, si vuole favorire la consapevolezza, da parte degli operatori territoriali (albergatori, guide, prestatori di servizi, ecc.), delle possibilità di sviluppo offerte dal mercato del turismo lento, praticabile tutto l'anno, in modo da favorirne la nascita, l'aggregazione, la crescita in rete e da promuovere l'implementazione di quei servizi di qualità richiesti da questo tipo di target.

Non da ultimo, il nostro progetto ha l'obiettivo di valorizzare i produttori locali nella filiera dell'agroalimentare con proposte a km0.

Questo progetto vuole, inoltre, dare continuità al lavoro già avviato per la promozione del turismo slow, con il progetto “IL TURISMO LENTO A PIEDI E IN BICICLETTA: UN’OPPORTUNITÀ DI VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO TRA IL SAVENA E L’IDICE” già inserito nel Programma Turistico di Promozione Locale anno 2021, il progetto “SCOPRIRE IL TERRITORIO TRA IL SAVENA E L’IDICE CON LA E-BIKE”, già inserito nel Programma Turistico di Promozione Locale anno 2022, e il progetto “ANELLO DELLE GRANDI VIE IN E-BIKE: FLAMINIA MINOR, VIA MATER DEI E VIA DEL FANTINI”.

Durante la prima fase è stato organizzato un viaggio-evento di 4 giornate che ha raccontato il territorio, i cammini e le escursioni in bicicletta, i punti d’interesse ma anche le eccellenze enogastronomiche, paesaggistiche e naturalistiche che lo compongono. Nella seconda fase si è lavorato sulla tracciatura, il racconto e la valorizzazione tramite lo spazio web e l’App già realizzati, di una rete di percorsi cicloturistici, dedicati in particolare alle e-bike, che consentano ai turisti di scoprire il territorio con mezzi ecologici. Nella terza fase è stato mappato digitalmente, segnalato e promosso attraverso la comunicazione web e social network, oltre che la realizzazione di un evento promozionale che coinvolgesse le realtà associative del territorio legate a questi temi, un ITINERARIO ESCURSIONISTICO per mountain bike che collega tutti i comuni appartenenti all’Unione dei comuni Savena Idice attraverso i percorsi già esistenti delle tre principali ‘Vie’ che lo attraversano. Il progetto coinvolgerà tutte le associazioni impegnate in questo settore, in modo da valorizzarne le esperienze e la conoscenza del territorio e creare, o consolidare ove già esistenti, le collaborazioni interne, al fine di favorire l’omogeneità e la coerenza dei servizi e dell’offerta turistica del territorio.

## **AZIONI**

- attività di informazione, animazione e formazione degli operatori turistici, dei produttori locali, delle associazioni per creare coinvolgimento nel progetto;
- mappatura dei produttori locali dell’agroalimentare, interessati ad attrarre turisti a piedi e in bicicletta;
- mappatura delle strutture di accoglienza interessate a ospitare i turisti a piedi e in bicicletta;
- mappatura dei principali punti d’interesse del territorio;
- mappatura delle stazioni ferroviarie, delle fermate dei bus, dei parcheggi.

Segue un’attività di razionalizzazione degli itinerari esistenti e di progettazione e tracciatura di itinerari di raccordo, in modo che gli itinerari:

- partano da luoghi raggiungibili possibilmente tramite il trasporto pubblico o, se questo non è disponibile, in prossimità di parcheggi pubblici;
- passino in prossimità delle strutture di accoglienza "slow friendly";
- passino in prossimità dei terreni dei produttori, in corrispondenza dei punti vendita e degustazione, e in corrispondenza dei principali punti d’interesse.

Tutte le risorse (itinerari, punti d’interesse, strutture di accoglienza) saranno inserite sul sito [www.percorsisavenaidice.it](http://www.percorsisavenaidice.it) e sulla miniapp dedicata all’interno dell’app EasyWays.

Per le strutture di accoglienza coinvolte nel progetto si potrà proporre un programma di soggiorno che prevede ad esempio due itinerari a piedi e due in bici che partono dalla struttura e raggiungono i produttori e i punti d’interesse della zona. Un “pacchetto self guided” che può essere proposto direttamente dal gestore della struttura senza rivolgersi a un tour operator, poiché tutte le informazioni necessarie (traccia, descrizioni dei POI ecc.) sono disponibili su sito e app.

Tutte le azioni di cui sopra dovranno coinvolgere il più possibile gli stakeholders locali, in modo che il lavoro di censimento delle attrattive e la progettazione e tracciatura degli itinerari vengano svolti in

collaborazione con associazioni, operatori turistici, guide o tecnici attivi nel territorio. A tale scopo la prima azione del progetto sarà un corso di formazione dedicato agli operatori locali, in cui dovranno essere trasmesse competenze sulla progettazione e la tracciatura GPS di itinerari a piedi e in bicicletta. Tutte le attività di promozione e comunicazione saranno in coerenza con le linee comunicative e grafiche del Territorio Turistico Bologna-Modena e in coordinamento con la redazione locale del Situr “Appennino Bolognese”.

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Tutto il territorio dell’Unione Savena Idice con il coinvolgimento di tutti i soggetti privati operanti nei differenti settori (agroalimentare, ricettività, patrimonio storico culturale, ecc.)

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

1 Gennaio – 31 dicembre 2024

### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
attività di informazione, animazione e formazione degli operatori turistici, dei produttori locali, delle associazioni per creare coinvolgimento nel progetto;	Verrà messa a disposizione la registrazione dei webinar formativi
mappatura dei produttori locali dell'agroalimentare, interessati ad attrarre turisti a piedi e in bicicletta;	Verrà prodotta tabella con l’elenco e i dati anagrafici dei soggetti e luoghi censiti
mappatura delle strutture di accoglienza interessate a ospitare i turisti a piedi e in bicicletta;	Verrà prodotta tabella con l’elenco e i dati anagrafici dei soggetti e luoghi censiti
mappatura dei principali punti d'interesse del territorio;	Verrà prodotta tabella con l’elenco e i dati anagrafici dei soggetti e luoghi censiti
mappatura delle stazioni ferroviarie, delle fermate dei bus, dei parcheggi.	Verrà prodotta tabella con l’elenco e i dati anagrafici dei soggetti e luoghi censiti
un’attività di razionalizzazione degli itinerari esistenti e di progettazione e tracciatura di itinerari di raccordo	Le tracce GPS e le descrizioni dei percorsi in formato word saranno prodotte in forma digitale e pubblicate sul sito <a href="http://www.percorsisavenaidice.it">www.percorsisavenaidice.it</a> e sulla miniapp EasyWays

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 15.250

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 15.250,00

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

#### 4) COMUNE DI DOZZA - Fantastika “La forma del drago” - VII Edizione biennale d’illustrazione

P.G. n. 66944/2023

##### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Castel Guelfo di Bologna
2. Comune di Mordano

Ulteriori soggetti:

3. FONDAZIONE DOZZA CITTÀ D'ARTE (organizzatore per il Comune di Dozza)
4. AIST – ASSOCIAZIONE ITALIANA STUDI TOLKIENIANI
5. LUCCA COMICS AND GAMES
6. LA TANA DEL DRAGO – CENTRO STUDI TOLKIENIANI (Dozza)
7. STUDIO CERAMICO GIUSTI – BOTTEGA/SCUOLA (Paterno, FI)
8. MOVIEPLAYER (testata giornalistica online italiana dedicata al cinema, alle serie tv, al homevideo e programmi televisivi)
9. AREA PERFORMANCE ONLUS (Lucca Comics and Games)
10. MIRAGE COMICS
11. ETEREA EDIZIONI
12. ASSOCIAZIONE INCONTRI (DOZZA)
13. ASSOCIAZIONE ORDINE DELLA TORRE (Brisighella)
14. COOPERATIVA IL MOSAICO (Mordano)
15. LIBRERIA ATLANTIDE (Castel San Pietro Terme)
16. NEMO ACADEMY (Firenze)

##### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Fantastika nasce nel 2014 per ospitare un evento dedicato all'illustrazione e all'arte fantastica e nel 2018 diventa Biennale d'Illustrazione con un focus sull'illustrazione fantasy young/adult. Nel festeggiare il decimo anno, il programma di Fantastika si focalizzerà soprattutto sulle live performance e l'illustrazione per ragazzi. La manifestazione intende infatti far conoscere l'illustrazione fantastica e le opere editoriali o cinematografiche dalle quali essa trae ispirazione. A tal fine, si avvale della collaborazione di professionisti del settore, creativi e docenti di fama nazionale e internazionale, attraverso l'organizzazione di mostre, workshop, dibattiti e live performance, promuovendo l'illustrazione come forma d'arte. Fantastika collabora con artisti e autori che hanno lavorato in ogni settore, dai film e videogiochi fino a tutte le forme di editoria. Gli artisti, illustratori, pittori e scultori, vengono selezionati in base alle opere editoriali pubblicate, all'originalità e/o all'impatto artistico-culturale che il proprio operato ha riscontrato nel settore del fantastico. Su questa impostazione si basa il programma che festeggia i dieci anni di Fantastika, manifestazione che si svolgerà a Dozza nei giorni 21 e 22 settembre 2024. Fantastika, pur essendo relativamente recente, è già elemento identitario che qualifica l'offerta turistico-culturale di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio storico, artistico, ambientale e culturale, riconosciuta come uno dei Borghi più Belli d'Italia e da poco entrata a far parte delle Bandiere Arancioni del Touring Club italiano. Il progetto si coordina ed integra con le risorse create dalle passate edizioni. In primo luogo, c'è Fyrstan, il famoso drago che dal 2016 riposa nel Mastio della Rocca di Dozza e che si sveglia proprio in occasione di Fantastika attirando migliaia di turisti. Fyrstan (dall'anglosassone antico Fyr-Stan = pietra di fuoco) trae spunto dalla tradizione e dal folklore locale. Esso è un elemento fortemente attrattivo per ogni tipo di turista, dal bambino all'adulto, dal turista locale a quello estero; in particolare, poi, lo risulta per un visitatore che è anche cultore del genere fantastico. Questa installazione scenografica unica nel suo genere in Italia rappresenta un elemento di grande suggestione che riporta la mente al passato glorioso in cui miti e leggende pullulavano in tutto il territorio.

FantastikA si è rilevato un elemento trainante sul piano turistico-culturale tanto da portare nel 2018 alla nascita del Centro Studi Tolkieniani “La tana del Drago” in una palazzina storica del borgo di Dozza sita in via XX Settembre n. 2. Il Centro Studi ha come obiettivo primario la valorizzazione del patrimonio culturale legato al genere fantasy tramite il linguaggio dell’arte illustrativa, lo studio della leggenda nord europea e del folclore italiano. Questa VII edizione manterrà tutti i requisiti qualitativi delle precedenti e le attività saranno dislocate, in ragione dei loro contenuti, su diverse sedi: la Rocca Sforzesca, il Centro Studi “La tana del Drago”, l’intero borgo e, con eventi correlati, i limitrofi Comuni di Castel Guelfo di Bologna, che ha già partecipato ad altre edizioni della manifestazione, e Mordano, new entry dell’edizione 2024.

Elemento distintivo della manifestazione è costituito dalla presenza in contemporanea di illustratori professionisti ed emergenti invitati ad esporre e a disegnare dal vivo. Per loro saranno predisposti artist desk in Rocca e il pubblico avrà l’occasione di vedere questi artisti lavorare dal vivo, relazionarsi con loro e chiedere informazioni sul loro operato.

Anche nel 2024 verrà fornito ampio spazio alle mostre, che verranno allestite in diverse sedi: alla Rocca verranno riservate le esposizioni legate al genere fantastico in senso ampio, invece al Centro Studi quelle più aderenti all’etica e al genere fantasy. Le mostre, sul modello già consolidato nelle scorse edizioni, avranno una durata superiore ai giorni della manifestazione, proseguendo fino al mese di ottobre. Sono previsti spettacoli promozionali collaterali (performance, musica, teatro, laboratori), che animeranno l’intero borgo allo scopo di arricchire il programma ed allargare la comunicazione a pubblici meno specialistici.

#### Programma 2024:

Il programma, attualmente in fase di elaborazione, vede già la conferma di artisti quali Mirti, Antonello Venditti, Laura Di Paoli, Giacomo Galligani, Davide Romanini, Maria Distefano, Paolo Barbieri, Emanuele Manfredi, Dany Orizio, Luca Trentin e molti altri, oltre al coinvolgimento di relatori, artigiani, autori e artisti. Il titolo di quest’anno è “La forma del Drago” perché da questa edizione FantastikA “cambia forma” affiancando all’illustrazione young/adult anche quella per ragazzi e ponendo una particolare attenzione anche alle origini del drago e delle creature fantastiche e ai loro significati nell’araldica, nel folclore, nel cinema e nella letteratura, con un focus sul bestiario di Ulisse Aldrovandi, personaggio molto importante per la storia di Bologna. Ulisse Aldrovandi, naturalista, medico, illustratore, geologo, fisico, etnografo, interpretò la storia naturale con una trama densa di immagini, di storie, di rimandi antichissimi e insieme contemporanei. Dedicò tutta la vita alla comunicazione, in transito dagli oggetti ai disegni, dai disegni alle tavolette di perla incise e da queste ultime al libro a stampa. Aldrovandi saldò le forme del sapere remoto a quelle più recenti e costruì una raccolta favolosa di creature fantastiche rappresentate in maniera scientifica, dando forma ad una delle più note forme di criptozoologia che studia specie “nascoste”, ovvero quelle delle quali si ipotizza l’esistenza sulla base di indizi, ma delle quali non si può dimostrare l’esistenza in maniera diretta. Questo ne fa un territorio di confine tra pretesa di scientificità e contaminazioni di ogni genere, dalla simbologia esoterica al racconto fantasy, dalla mitologia resa possibile ai racconti di terrore davanti al focolare. Già a partire dalla V edizione di FantastikA artigiani e scultori del legno sono stati invitati a realizzare alcune opere ispirate ai grandi draghi del folclore, del cinema e della letteratura. Anche quest’anno saranno realizzate delle sculture con materiali naturali che andranno poi a comporre un percorso permanente, visibile tutto l’anno, dal nome “DRAGONART - La via del drago. Viaggio all’origine del mito”, che si svilupperà lungo i sentieri del parco della Rocca, arricchendo con nuove suggestioni la già ricchissima offerta turistico-culturale del borgo di Dozza. Il genere fantastico, e in primis quello fantasy, si rivela un ambito altamente creativo che offre l’opportunità di riscoprire le radici del mito attraverso la letteratura, gli antichi mestieri, le varie forme d’arte e d’intrattenimento di genere. Il progetto della VII edizione di FantastikA sarà gestito dalla Fondazione Dozza Città d’Arte insieme all’Amministrazione Comunale di Dozza, Castel Guelfo di Bologna e Mordano, avvalendosi inoltre di numerose collaborazioni, in particolare dell’AIST (Associazione Italiana Studi Tolkieniani), di IF – Imola Faenza Tourism Company s.c.a.r.l. e Lucca Comics and Games.

## **AZIONI**

1. **PROMOZIONE E COMUNICAZIONE:** Oltre alle iniziative descritte in precedenza, si darà ampio spazio alle azioni di promo-commercializzazione della manifestazione con il fine di raggiungere un elevato numero di persone interessate alla manifestazione. È prevista la partecipazione a fiere e workshop di settore tramite IF - Imola Faenza Tourism Company e il Club dei Borghi più Belli d'Italia. Inoltre, per la promozione ci si avvarrà del supporto degli uffici IAT/APT dell'Emilia-Romagna, del circuito Card Cultura, delle associazioni albergatori e ristoratori, di ufficio stampa, di associazioni culturali. È considerato fondamentale l'utilizzo dei "nuovi" strumenti di comunicazione, l'impiego dei social media, mobile, dirette radiofoniche, che consentano di anticipare i tempi della comunicazione. Naturalmente si attueranno anche azioni più tradizionali, come l'invio di comunicati a cadenza programmata, di news e aggiornamenti in tempo reale degli eventi sui siti web e social network dei canali ufficiali e su quelli di tutti i partner della manifestazione. Sarà realizzata una campagna di comunicazione su periodici settimanali, quotidiani, e su mensili e siti di settore. È prevista una conferenza stampa di presentazione della manifestazione.
2. **ORGANIZZAZIONE E ALLESTIMENTO EVENTI E MOSTRE:** Oltre alle iniziative descritte in precedenza, si darà ampio spazio all'organizzazione di eventi che avranno tematiche e connotazioni diverse per rivolgersi a target differenti di pubblico: workshop, laboratori, performance, artist desk dal vivo, conferenze, visite guidate, ecc. Inoltre, ci si occuperà anche di organizzare e allestire mostre di varia tipologia, che saranno inaugurate durante FantastikA ma che proseguiranno fino al mese di ottobre 2024. L'eterogeneità delle mostre e dei luoghi in cui verranno ospitate risponde sempre all'esigenza di pubblici diversi.
3. **ITINERARI TURISTICI ED ESPERIENZE:** Oltre alle iniziative descritte in precedenza, si darà ampio spazio alla realizzazione di opere d'arte con elementi naturali che concorreranno a creare ed arricchire un percorso tematico nel parco retro Rocca, con focus sugli animali fantastici, dal titolo "DRAGONART – La via del drago. Viaggio all'origine del mito".

## **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

L'ambito territoriale di maggior interesse della manifestazione è il Comune di Dozza e il suo bacino, ma ogni anno la manifestazione valica i confini comunali e regionali, raggiungendo non solo i limitrofi Comuni di Castel Guelfo di Bologna, Mordano, Imola, Castel San Pietro Terme ma anche Bologna, dove presso l'ufficio di ExtraBO in Piazza del Nettuno ad ogni edizione viene realizzata la conferenza stampa nonché una vetrina di promozione turistica di FantastikA, e altre città e regioni di Italia. Ad ogni edizione, migliaia sono i turisti che si recano a Dozza per ammirare e godere delle iniziative organizzate durante la Biennale di illustrazione; la loro provenienza ricopre l'intero panorama nazionale e, talvolta, riesce ad andare anche oltre, coinvolgendo turisti stranieri di passaggio per il borgo che si appassionano all'evento e tornano nelle successive edizioni.

Per questa edizione, le azioni principali si concentreranno prevalentemente su Dozza ma anche su Castel Guelfo di Bologna e Mordano, territori dove saranno avviate attività collaterali che amplificheranno l'eco della manifestazione.

## **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

– organizzazione: febbraio-settembre 2024

– manifestazione e mostre: settembre-ottobre 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Organizzazione eventi	Numero di ingressi al museo, alle mostre e ai laboratori, ecc...
Stampa e distribuzione materiale promozionale	Numero copie stampate e distribuite
Azioni di comunicazione a supporto della manifestazione (media, social network, internet, twicht, streamyard)	Numero di azioni di comunicazione a supporto della manifestazione (media, social network, internet, twicht, streamyard)
Promo-commercializzazione turistica	Numero operatori / giornalisti / APT e IAT
Acquisto spazi pubblicitari, inserzioni su stampa e web, spettacoli, eventi, visite guidate, tour per giornalisti e operatori del settore	Presenza e visibilità del progetto presso media

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 23.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 23.000,00**

**PUNTEGGIO: 65**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## **5) UNIONE RENO GALLIERA - Conosci la Ciclovía del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura**

P.G. n. 67009/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comune di Cento  
Sustenia S.r.l.

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

In stretta connessione con il progetto P.T.P.L. 2023 presentato dall'Unione Reno Galliera si propone di continuare a lavorare sulla valorizzazione della Ciclovía del Reno, unitamente alla Ciclovía del Navile e in coordinamento con le attività già sviluppate e sperimentate sulla Ciclovía del Sole.

L'idea alla base del progetto è quella di promuovere la nuova infrastruttura con una serie di azioni che facciano conoscere agli 'addetti ai lavori' e alla stampa, di settore e non, la nuova Ciclovía con un'esperienza diretta organizzata esclusivamente per tour operator e organi di stampa, blogger e/o altri content producer.

Le azioni previste nel progetto sono principalmente due: la realizzazione di un FAM Trip e di un PRESS Tour, entrambi focalizzati a far conoscere direttamente la Ciclovía del Reno con tour organizzati su una porzione del percorso che faccia esperire anche il ricco patrimonio circostante costituito da oasi naturalistiche, borghi e città d'arte, ville e castelli, fino alle eccellenze gastronomiche.

A queste due azioni si affianca anche un lavoro di progettazione e prototipazione di nuove proposte turistiche, che potrebbero arricchire il catalogo dell'offerta della pianura bolognese nel più ampio piano di azione promozionale sviluppato dalla DMO. L'idea è quella di pensare a un circuito ad anello in bicicletta che percorra la Ciclovía del Reno e del Navile con partenza da (e arrivo a) Bologna, con la variante dell'intermodalità (bici + treno), sfruttando anche l'esperienza dell'Associazione Pedalalenta che da anni sviluppa progetti sulle ciclovie del territorio e di recente ha realizzato il progetto 'Navile – Mare'. Questa fase sarà propedeutica anche alla qualificazione dell'offerta turistica, impostando il lavoro per la realizzazione di una carta dei servizi che verrà sviluppata negli anni successivi.

Il tutto sarà realizzato in coordinamento e collaborazione con la DMO con l'obiettivo di realizzare almeno una delle azioni in occasione della Fiera del Cicloturismo che si terrà ad aprile a Bologna, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena e la vocazione dell'ambito territoriale della pianura ai cluster outdoor slow, natura e cultura.

### **AZIONI**

1. Procedimento amministrativo per l'affidamento del servizio;
2. Individuazione delle opportunità già programmate dalla DMO per la realizzazione del FAM Trip e del PRESS Tour;
3. Realizzazione del FAM Trip;
4. Realizzazione del PRESS Tour;
5. Progettazione di proposte turistiche che integrano le ciclovie della pianura per la proposta di un'escursione ad anello;
6. Feedback e verifiche di gradimento.

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Pianura Bolognese

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Gennaio – novembre 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
FAM Trip	FeedBack, gradimento e richieste di materiale
PRESS Trip	Numero di contributi stampa, post e altri contributi editoriali

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 8.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 7.998,32 (€ 1,68 non ammissibili e già detratte in quanto derivanti da errato calcolo dell'iva)

**PUNTEGGIO:** 67

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **6) COMUNE DI IMOLA - Bacchanale 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica**

P.G. n. 67271/2023  
Integrazione P.G. n. 67950/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

-

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il Bacchanale, con oltre trent'anni di vita alle spalle continua ad occupare un posto di rilievo nella programmazione autunnale del Comune di Imola e a far parlare di sé, grazie alla continua attività di rinnovamento e adattamento a tempi e modi che caratterizzano il contesto sociale, economico e culturale della comunità imolese e in generale della contemporaneità in cui questa grande manifestazione si svolge. Il Bacchanale è una rassegna dedicata alla cultura del cibo e all'enogastronomia che approfondisce ogni anno un tema specifico. Il cibo è l'oggetto principale di questo percorso, e diventa di volta in volta oggetto di proposte culturali, filo conduttore di percorsi enogastronomici e turistici, di iniziative di valorizzazione dei prodotti tipici del territorio e delle attività produttive locali. Il Bacchanale si pone anche nel 2024 a cavallo fra queste due tendenze, seguirà il format tradizionale caratterizzato da eventi, incontri, mostre, spettacoli, degustazioni, mostre mercato, menù a tema, ecc. dedicati al tema dell'anno e continuerà a percorrere le linee di rinnovamento, che soprattutto negli ultimi anni sono state oggetto di particolari attenzioni. Tra le novità del Bacchanale 2024, sulla scorta di quanto sperimentato nell'edizione 2023, ci saranno un numero più alto di attività laboratoriali ed interattive, visite e itinerari guidati in città e nel territorio del circondario imolese, un programma culturale più agile e legato a tematiche che abbracciano gli interessi di target anche giovanili e una programmazione nell'anno differenziata, grazie all'introduzione di un evento di anteprima che vuole aggiungere a questo articolato racconto della cultura del cibo imolese nuovi sapori e nuovi scenari primaverili. Si confermeranno, e in base al tema scelto verranno arricchite, le numerose relazioni con i tanti protagonisti attivi della rassegna. Tra essi scuole, università, istituzioni, enti, associazioni, aziende del settore agroalimentare e il mondo della ristorazione, con l'attività dei ristoratori, che costruiscono e propongono i menù a tema, e partecipano al programma anche con eventi e scuole di cucina. Saranno confermati gli appuntamenti annuali ricorrenti con il "Banco d'assaggio dei vini dell'Imolese" rassegna dell'eccellenza della produzione vinicola dell'area territoriale della DOC Colli d'Imola e "Olimola", presentazione della filiera olivicola del territorio imolese, con produttori, frantoi, tecnologie e ricerca. Nel 2024 si intende ampliare ulteriormente l'impatto della rassegna in città, nelle piazze della città ma anche in spazi inconsueti, come i negozi del centro storico e le loro vetrine, che potranno diventare location per presentazioni di prodotti del territorio e piccole degustazioni a tema. Il Bacchanale manterrà come è tradizione l'attenzione alla filiera agroalimentare del territorio, con momenti di presentazione di prodotti tipici, arricchiti da momenti di spettacolo, intrattenimento con musica popolare romagnola e attività laboratoriali legate al gusto e alle tradizioni enogastronomiche locali. Sarà riproposto l'allestimento di mostre artistiche e fotografiche in centro storico. Le "mostre in centro", immagini artistiche stampate su grandi teli di pvc e appese sotto i portici delle piazze principali della città, visitabili sempre e senza limitazioni di orario, che si sono rivelate un'idea vincente. In base al tema scelto si potrà verificare la possibilità di estendere ad altri spazi della città il percorso, sollecitando la proposta di installazioni a tema anche da parte di altri soggetti interessati e supportando eventualmente la fruizione del percorso con sistemi di localizzazione geografica e visualizzazione. I percorsi di visita nell'ambito del Bacchanale includeranno i tradizionali "luoghi dell'arte" (tra cui le sedi dei Musei civici imolesi), aziende agricole e altri luoghi dove si producono o si confezionano prodotti alimentari d'eccellenza. Il bilancio complessivo della manifestazione, di cui fanno parte anche spese organizzative per eventi, collaborazioni e personale di supporto, è di ca € 100.000,00 €. Una parte delle risorse è impiegata per sostenere le spese di promozione e comunicazione, soprattutto in forza della presenza di sponsorizzazioni e contributi esterni. Per favorire la

promozione in regione e nelle regioni confinanti verrà mantenuta una copertura importante di affissioni pubbliche con manifesti e locandine.

## **AZIONI**

1. Scelta del tema dell'anno: su questo elemento, che viene individuato fin dai primi mesi dell'anno, si sviluppa l'ossatura della manifestazione. Il tema (un prodotto o una tipologia di prodotti, un tipo di preparazione, un concetto forte e significativo ad esempio) condiziona e favorisce le linee di sviluppo del programma, le partnership da attivare e i prodotti enogastronomici da valorizzare. La scelta del tema avviene di concerto con rappresentanti dei ristoratori e delle associazioni di categoria del commercio e agricole, che vengono interpellati con lo scopo di verificare la possibilità di declinazione nei rispettivi campi di attività professionale. Il tema, così come viene rappresentato dall'artista che ogni anno realizza un'illustrazione originale, caratterizza anche tutta la comunicazione e promozione della manifestazione;

2. Declinazione delle linee di attività e sviluppo del progetto: sono essenzialmente tre le linee di attività che definiscono la fisionomia del Bacchanale (cultura, prodotti ed enogastronomia, turismo). Contenuti, punti di interesse, percorsi si intrecciano e si sviluppano con l'obiettivo comune di far conoscere e valorizzare le peculiarità del territorio, il paesaggio, i beni artistici e architettonici e la sua realtà produttiva.

3. Individuazione calendario, attività e partner tematici: la definizione del calendario per il 2024 richiederà particolare attenzione. È prevista un'"Anteprima Bacchanale" nel mese di maggio. La data sarà fissata in armonia con gli eventi motoristici previsti a Imola e con altri eventi e manifestazioni programmate in centro storico. Questa anteprima sarà, come nel 2023, una delle numerose occasioni che l'Amministrazione comunale mette in campo per vivere e animare il Centro Storico imolese a 360°. Il programma autunnale della manifestazione rimarrà nel periodo tradizionale che occupa tre settimane tra ottobre e novembre. Il programma delle attività e i partner tematici saranno definiti quindi con attenzione ai due momenti individuati e saranno inevitabilmente legati alle differenti stagioni in cui si svolgono, sia per la scelta delle modalità di svolgimento che per la scelta dei prodotti del territorio di cui occuparsi. Come di prassi questa attività svolta direttamente e coordinata da servizi comunali tiene conto della qualità delle proposte, della rappresentatività del territorio e dell'attinenza al tema. Contestualmente si individuano i principali partner collegati alle attività.

4. Realizzazione attività di comunicazione e promozione: segue le fasi dell'organizzazione della rassegna, dalla stesura del programma alla presentazione ufficiale, di solito programmata a metà ottobre. Per il Bacchanale 2024 si confermerà il piano generale, con adattamenti dedicati alle attività specifiche e ai prodotti da promuovere, con riferimento ai destinatari finali / portatori di interesse. L'individuazione di un'immagine artistica che rappresenta l'edizione ha lo scopo di caratterizzare e rendere più incisiva la comunicazione della rassegna. Sarà privilegiata la comunicazione digitale.

5. Realizzazione e promozione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici del territorio, in particolare quelli legati al tema, e percorsi di visita nel territorio e nel centro storico: individuazione di punti di interesse e luoghi che possono essere oggetto di visita, organizzazione degli eventi con percorsi di visita tematici realizzati ad hoc e un piano di comunicazione specifico.

## **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Il territorio di riferimento della rassegna non è soltanto la Città di Imola, ma tutto il territorio del Circondario imolese. I Comuni del Circondario imolese sono presenti nel Bacchanale con eventi culturali ed enogastronomici nei rispettivi territori e con la partecipazione diretta, di propri rappresentanti (Pro Loco, consorzi, ecc.), aziende del settore agroalimentare e prodotti tipici a eventi specifici, costruiti per promuovere e valorizzare la cultura enogastronomica e le tradizioni dei loro territori.

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Il periodo di svolgimento del Bacchanale 2024 è previsto tra la fine di ottobre e la metà di novembre, con i tradizionali 23 giorni complessivi che comprendono ben quattro fine settimana. Sarà però organizzata nel mese di maggio 2024 un'anteprima della manifestazione che occuperà un intero fine settimana.

### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Scelta del tema dell'anno	La verifica è data dal successo nel coinvolgimento del territorio, in termine di partecipazione attiva, numero eventi proposti, partnership attivate
Piano di attività dell'edizione, individuazione delle principali linee di attività e sviluppo del progetto	Realizzazione e riscontro complessivo della riuscita manifestazione
Realizzazione attività di comunicazione e promozione	Verifica presenze alle iniziative e rilevazione afflusso turistico con somministrazione questionari e interviste telefoniche agli operatori
Individuazione attività specifiche e partner tematici	Numero degli eventi realizzati e partner coinvolti
Realizzazione e promozione di attività di promozione dei prodotti enogastronomici del territorio e percorsi di visita	Gradimento dei visitatori e partecipanti ai percorsi di visita programmati

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 40.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 40.000,00

**PUNTEGGIO:** 63

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 7) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile

P.G. n. 67289/2023  
Integrazione P.G. n. 69188/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Bentivoglio
2. Comune di Marzabotto
3. ~~Comune di Monghidoro~~ (rinuncia)
4. Comune di Monzuno
5. Arch. Luana Gugliotta
6. Arch. Andrea Cavarocchi
7. AITR - Associazione Italiana Turismo responsabile
8. Ass. Almo APS (Spilamberto MO)
9. Ass. Campi aperti
10. Ass. Co-creiamo
11. Ass. Bene e Venga Maggio - Suonatori della Valle del Savena
12. Ass. FIAB Bologna-Monte Sole bike group
13. Ass. FIAB Modena
14. Ass. Gruppo della Stadura
15. Ass. Il Cassero LGBTIQ+
16. Ass. la Girobussola
17. Ass. La Slucadora (Zocca MO)
18. Ass. La Skarrozzata
19. Ass. Magnifico Teatrino Errante - APS
20. Ass. Montagna di Suono - Rifugio Acatù
21. Ass. Oltre - Camere d'Aria
22. Ass. Retake
23. Ass. Salvaiciclisti Bologna
24. Ass. Samà
25. Shizen Shiatsu
26. Ass. Team Leggero
27. Ass. Viva il Verde
28. Az. Caseificio Rosola
29. Az. Agricola L'Ape e la Spiga
30. Az. Libreria Igor
31. Az. Mezzini Bike
32. Az. Ospitale S. Giacomo/Il Bosco Incantato di Casa Remolino Home Restaurant
33. Az. Pasto Nomade
34. Az. Senape Vivaio Urbano
35. Az. Slow Emotion
36. Az. Zocca e-bike 2
37. Casa di quartiere 2 agosto 1980 – Orti Urbani di Via Saragozza 142
38. Cassero LGBTIQ+ Center
39. CEAS La Raganella (Servizio del Comune di Mirandola)
40. Centro Interculturale Zonarelli
41. Centro Sociale il Mulino
42. Centro Visite Oasi La Rizza ex Risaia di Bentivoglio
43. Cimitero Monumentale della Certosa – Museo del Risorgimento
44. Circolo Arci Guernelli

45. Circolo Arci Ritmo Lento - Il Casalone
46. Circolo della Pace
47. Collettivo MetroZero
48. Coop. Ex Aequo Bottega del Mondo
49. Coop. Foiatonda
50. Coop. Madreselva
51. Coro Le Mondine di Bentivoglio
52. Al Pelegrén – guide ambientali
53. Fondazione Gualandi
54. Fondazione Silvia Parente
55. Gruppo Genti e Sorgenti
56. Gruppo Musicale Fragola e tempesta
57. Gruppo studi Savena Setta Sambro
58. Istituto dei Ciechi F. Cavazza – Museo Tolomeo
59. Movimento Identità Transessuale
60. Museo della Civiltà Contadina – Villa Smeraldi
61. Museo del Castagno e del Borlengo (Zocca MO)
62. ONG Nexus ER - Cgil Emilia Romagna
63. Plus
64. Proloco Castel d'Aiano

## **DESCRIZIONE SINTETICA**

### **Contesto in breve**

Dal 2009, anno che ha sancito l'inizio della crisi economica al livello mondiale, Bologna ha risposto a questa particolare congiuntura, dando un nuovo impulso al settore turistico: con l'implementazione infrastrutturale e un lavoro di branding, in questi 13 anni la città ha acquistato un suo preciso posizionamento all'interno del sistema turistico leisure e nel circuito delle Città d'Arte "best second touristic destinations". Nel periodo 2013-2019 le presenze in area metropolitana sono cresciute del 45%. Questo fattore, da un lato molto positivo, ha però fatto emergere le prime criticità, in particolare nel biennio 2018-2019 e ancora nel periodo post pandemico 2021-2022: criticità legate al fenomeno dell'overtourism e a un progressivo cambiamento del panorama sociale ed economico urbano.

### **Obiettivo generale**

È in questo contesto che Yoda APS con il suo marchio IT.A.CÀ, ormai conosciuto al livello nazionale e internazionale, vuole portare il suo contributo, perseguendo tre obiettivi fondamentali o obiettivi ombrello:

- contribuire al branding bolognese, promuovendo il territorio metropolitano come meta di turismo responsabile, sostenibile e accessibile;
- contribuire alla salvaguardia del tessuto sociale ed economico cittadino;
- contribuire alla destagionalizzazione dell'offerta turistica e al conseguente rispetto della carrying capacity della città;
- contribuire alla transizione ecologica e alla sostenibilità sociale del comparto turistico metropolitano.

### **Obiettivi specifici**

- Promuovere un'offerta di turismo lento diversificata e attenta agli special interest, capace di valorizzare le peculiarità territoriali sia a livello culturale e artistico che a livello ambientale naturalistico ed enogastronomico;
- includere i soggetti profit e no profit nel processo di creazione di offerte turistiche locali, in modo da coinvolgere la comunità nella costruzione dell'identità locale, favorendo la conoscenza del

territorio da parte della stessa comunità e promuovendo una partecipazione collettiva al processo turistico;

- sperimentare offerte turistiche ripetibili anche in ambito commerciale, incrementando il ventaglio di proposte degli hub turistici locali;
- promuovere aree fuori dai circuiti turistici principali e raccontare secondo marker turistici innovativi le aree più frequentate dai turisti;
- raggiungere il bacino dei “turisti responsabili”, ancora un tipo di turismo di nicchia, ma che si sta ampliando esponenzialmente (11° Rapporto ‘Gli italiani, il turismo sostenibile e l’ecoturismo);
- raggiungere il target famiglie con bambini, persone con disabilità e bisogni speciali.

### **Asset strategici**

Il progetto “Festival IT.A.CÀ” ha assunto un ruolo preciso nelle dinamiche locali: alla sua XVI edizione, non lo si può considerare esclusivamente come una rassegna di itinerari ed eventi che ha un inizio e una fine in un determinato lasso temporale, ma è da considerarsi una piattaforma di attori territoriali che compartecipano alla promozione del territorio metropolitano contribuendo alla semantica turistica del brand Bologna con le peculiarità e i valori del turismo responsabile e sostenibile, veicolandoli a livello nazionale e internazionale. IT.A.CÀ è soprattutto un metodo di progettazione turistica partecipata adottato da 20 territori italiani per innescare processi di sviluppo turistico sostenibile.

Nello specifico la metodologia di IT.A.CÀ si articola nelle seguenti fasi:

- Circostrizione territoriale sulla base della tematica da sviluppare, delle opportunità dal punto di vista socio-politico, delle peculiarità naturalistiche, culturali, storiche ed enogastronomiche di una data area;
- mapping dei marker turistici e dei soggetti territoriali capaci di sviluppare in concertazione esperienze di fruizione territoriale sostenibile;
- mapping degli snodi di mobilità a basso impatto ambientale - bus, treni, aziende di noleggio bici e hub escursionistici - in modo da costruire i percorsi in assenza o riducendo al minimo il trasporto privato, andando a colmare, talvolta, le lacune del trasporto pubblico noleggiando navette, oppure organizzando il trasporto in auto, incentivando la collaborazione tra i partecipanti;
- individuazione degli hub territoriali che possano portare avanti, anche a livello commerciale, le esperienze turistiche sperimentate durante il festival;
- produzione di materiale digitale, con una particolare attenzione alla fruizione su mobile, delle offerte turistiche sperimentate, segnalando i nodi turistici principali (marker culturali, naturalistici ed enogastronomici), strutture ricettive, servizi vari, in modo che gli utenti possano percorrere gli itinerari in autonomia al di là del festival.

### **Coprogettazione partecipata**

La progettazione avviene attraverso specifici focus group in presenza e online, tavoli di lavoro in cui sono inclusi sia soggetti già sensibili alle tematiche del festival, sia soggetti che rivestono un ruolo importante nel tessuto economico, sociale e culturale del territorio, ma estranei alle istanze del turismo responsabile. Grazie agli incontri di progettazione, diretti/facilitati da Yoda APS, i soggetti che partecipano al processo possono far emergere le peculiarità territoriali, i desiderata e vengono formati e sensibilizzati in modo informale, attraverso la pratica del learning by doing, alle tematiche della mobilità sostenibile, della riduzione dell’impatto ambientale, dell’accessibilità per le persone con bisogni speciali (vedi voci specifiche della presente scheda-progetto): il dialogo tra soggetti differenti rende possibile la concertazione di progettualità differenti in un’ottica di sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Nell’edizione 2024 del Festival, Yoda APS continuerà il lavoro di progettazione di itinerari portato avanti nell’edizione precedente con il rafforzamento del comparto bike - in particolare in Pianura e in Appennino - valorizzando i cammini più noti e la sentieristica “minore” e promuovendo una fruizione della città dal

centro alle periferie, con un focus particolare sulla storia contemporanea-politica che caratterizza Bologna e che la rende un punto di riferimento al livello nazionale. Continua, inoltre, la progettazione congiunta con le tappe modenesi del festival promuovendo in particolare itinerari intercomunali in bici.

In Pianura, nell'area tra Bentivoglio, San Giorgio di Piano e Pieve di Cento, ci si propone di tematizzare gli itinerari in bici secondo due direttrici principali: il patrimonio musicale, la Resistenza e le vicende della storia contemporanea con particolare attenzione al patrimonio architettonico che veicolerà i significati storico culturali più conosciuti, ma con una particolare ri-semantizzazione in base alle direttrici tematiche. La progettazione in Appennino sarà volta a promuovere itinerari non solo come esperienze sportivo escursionistiche, ma come esperienze con tempi di attraversamento più lenti, lungo percorsi segmenti ridotti, per incentivare una conoscenza profonda del territorio, soste più lunghe nelle tappe, la fruizione dei servizi locali e per raggiungere target diversi come quello delle famiglie con bambini. Infine, in ambito urbano, come già accennato in precedenza, si intende contribuire alla promozione di elementi identitari cittadini relativi ai diritti, all'innovazione politica e sociale, con una particolare attenzione alla Bologna LGBTQ+, allo scenario storico-culturale contemporaneo, alla musica underground e alla storia delle donne.

## AZIONI

- **1 itinerario di valorizzazione delle ciclovie nel territorio metropolitano** con deviazioni lungo il percorso in modo da valorizzare i comuni fuori dal circuito. In particolare ci si concentrerà sui Comuni di Bentivoglio, San Giorgio di Piano e Pieve di Cento, con la possibilità di inserire aree aggiuntive in sede di coprogettazione.
- **1 itinerario lungo la Ciclovia del Sole in collaborazione con il Comune di Mirandola** e con i comuni del Bolognese lungo la direttrice (ancora da verificare). Si andrà a implementare quanto realizzato nell'edizione precedente del festival con l'itinerario Pianura! Comunità in musica e muri dipinti dentro e fuori la ciclovia del sole.
- **1 itinerario nel territorio tra Vergato, Castel d'Aiano, Zocca e Montese**, con particolare attenzione al patrimonio naturalistico, alle infrastrutture medievali e alle aziende agricole locali e, quindi al patrimonio enogastronomico. Si cercherà un collegamento con sagre ed eventi locali quali, Il Festival della Land Art nel territorio di Zocca (San Giacomo), andando a rafforzare e implementare le collaborazioni attivate nell'edizione precedente.
- **1 itinerario per promuovere modalità "diverse" di percorrenza dei Cammini più conosciuti**, per segmenti definiti e limitati, promuovendo in questo modo una conoscenza più profonda dei luoghi che costellano i cammini. In particolare si intende operare nei territori di tra Monzuno e San Benedetto Val di Sambro.
- **2 itinerari fuori dalle vie principali**, nei territori che non sono attraversati dai percorsi più noti (Monghidoro e Marzabotto).
- **3 itinerari nella Città di Bologna** che per valorizzare la storia contemporanea che dal centro conduce alle periferie con una Il tutto si intreccerà ai marker turistici più noti della città felsinea, con uno sforzo di risemantizzazione dei luoghi e degli edifici a partire dai significati più noti.

## Comunicazione

Per la diffusione delle iniziative saranno usati canali diversi a seconda del pubblico al quale ci rivolgeremo:

1. Campagne social mirate: Facebook e Twitter per la fascia di età a partire dai 30 anni; Youtube e Instagram per raggiungere gli under 30; Comunicazione "diretta" attraverso newsletter, direct mailing, Telegram e WhatsApp;
2. Interviste e articoli da rilanciare sui social che raccontino le esperienze di chi vive il territorio;
3. Ufficio stampa e media partnership sia al livello locale che al livello nazionale;
4. Visual image targettizzata e coordinata;

5. Comunicazione coordinata tra le varie tappe di IT.A.CÀ del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso i mezzi suddetti.

#### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Bologna città, Unione dei Comuni Appennino Bolognese (Monzuno, Marzabotto, San Benedetto Val di Sambro); Unione dei Comuni Savena Idice (Monghidoro); Unione dei Comuni Reno Galliera (Bentivoglio, San Giorgio di Piano, Pieve di Cento); Modenese (Mirandola, Zocca, Montese, Spilamberto).

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Da gennaio 2024 a dicembre 2024

#### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
<b>Pianura - 1 itinerario di valorizzazione delle ciclovie nel territorio metropolitano</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Pianura - 1 itinerario lungo la ciclovia del sole in collaborazione con il Comune di Mirandola</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Appennino - 1 itinerario "Appennino bike experience" nel territorio tra Vergato, Castel d'Aiano, Zocca e Montese</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Appennino - 2 itinerari fuori dalle vie principali, nei territori di Monghidoro e Marzabotto</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nell'organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull'efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato

	tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Appennino - 2 itinerari per promuovere modalità “diverse” di percorrenza dei Cammini più conosciuti nei territori di Monzuno e San Benedetto Val di Sambro.</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell’ideazione e nell’organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull’efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Ambito urbano - 2 itinerari dal centro alle periferie</b> con una particolare attenzione alla Bologna LGBTIQ+ friendly, allo scenario storico-culturale contemporaneo e alla musica underground e alla storia delle donne.	Numero delle realtà locali coinvolte nell’ideazione e nell’organizzazione, numero delle iniziative, numero dei partecipanti. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull’efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative. Numero notti trascorse a Bologna, verificato tramite il numero di presenze presso le strutture ricettive con cui ci si propone di attivare una convenzione.
<b>Comunicazione</b>	Monitoraggio di visualizzazioni social network, sul sito, sui blog e sui canali dei media partner. Numero di contatti/follower sito/social network, numero visualizzazioni e numero di condivisioni sui social network del materiale mediatico prodotto; numero spot/redazionali/video virali; rassegna stampa; monitoraggio del tempo di permanenza sul sito web; numero media partnership, numero di giornalisti e blogger coinvolti, citazioni dell’evento sui principali motori di ricerca; citazioni del progetto nelle newsletter e nei siti dei principali enti locali, nazionali ed europei, degli enti turistici e dei tour operator.
<b>Accessibilità</b>	Numero delle realtà locali coinvolte nell’ideazione e nell’organizzazione e nella realizzazione delle iniziative accessibili; numero delle iniziative, numero dei partecipanti con disabilità e/o anziani o con esigenze particolari. Ideazione e diffusione di questionari volti a raccogliere dati sul gradimento delle iniziative, a raccogliere dati sull’efficacia della comunicazione e sui canali attraverso cui si è venuti a conoscenza delle iniziative; numero di post e pubblicazione da parte di media rivolti alle persone con disabilità e/o anziani o con esigenze particolari.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 29.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 29.000,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

## **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

-

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il Nuovo Circondario Imolese dal 2020 gestisce il turismo in forma associata tra i dieci comuni del proprio territorio in base ad apposita convenzione, attivando a tal fine numerose e diversificate azioni ed iniziative proponendo con formula identificativa ed identitaria unitaria il turismo nell'area imolese. Tra le varie attività, nel 2024, per il terzo anno consecutivo intende realizzare il progetto "BE IN WONDERLAND - culture sport nature in Imola area", già ammesso a finanziamento nel bando PTPL 2022 e 2023 (Ambito 2). In considerazione dei positivi risultati sia in termini di partecipazione che di gradimento dei numerosi turisti che hanno sperimentato le numerose esperienze proposte nel 2022 e nel 2023 sul territorio circondariale, la Giunta Circondariale ha deliberato di ripetere l'iniziativa anche per l'anno 2024. Il progetto ha come finalità principali:

- valorizzazione della dimensione turistico-territoriale, storico-culturale ed enogastronomica del territorio di riferimento, come realtà unica e di insieme degli elementi distintivi dei 10 comuni. In linea con le linee regionali e del Territorio Turistico Bologna-Modena, con particolare attenzione all'aumento delle presenze turistiche specie in periodi di destagionalizzazione;
- valorizzazione e qualificazione dell'offerta turistica in maniera organica, con creazione di azioni in sinergia e complementarietà con le imprese del comparto turistico;
- sviluppo delle attività promozionali per il rilancio del territorio con focus sulle specificità ed eccellenze che lo caratterizzano, ipotizzando in tal senso anche la sperimentazione di eventuali iniziative innovative per la valorizzazione di questi elementi come plus per l'attività turistica.

Il progetto ripresenta, quale punto di forza sperimentato, la propria brand identity, appunto "BE IN WONDERLAND", che con continuità viene proposto per contraddistinguere iniziative ed esperienze nell'area imolese a contenuto turistico, per le attività comunicative e di promozione, grafiche e visive, anche digitali. Il tutto in coerenza con le linee comunicative grafiche e visive del Territorio Turistico Bologna-Modena attivando apposito coordinamento con i servizi preposti, in linea con le "Linee di indirizzo", recepite dall'Avviso pubblico.

Le esperienze maturate nelle due precedenti edizioni, in cui si sono organizzati complessivamente circa 50 itinerari, con una partecipazione media di circa 30 persone a itinerario, hanno portato alla creazione di un "format" particolarmente gradito al turista: itinerari, anche in notturna, con accompagnamento di guide specializzate ed esperti "narranti" ( ad es. astronomi, ornitologi, storici, enogastronomici, ecc.) per la visita e la scoperta, su percorsi all'uopo tracciati, delle eccellenze del territorio dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese. Si tratta quindi di veri e propri viaggi esperienziali per la conoscenza di paesaggi dalle mille sfaccettature con passeggiate d'arte, visite sensoriali, itinerari tra storia e natura, conoscenza dei prodotti tipici. L'edizione 2023 a causa dei danni alluvionali di maggio, ha avuto un posticipo rispetto alle tempistiche previste di inizio a maggio, generato dalla necessità di tracciare nuovi percorsi "sicuri" nelle aree fortemente colpite dall'emergenza alluvionale, con particolare riferimento a tutta la Vallata del Santerno, in primis la Ciclovía del Santerno. Per l'anno 2024 si prevede la realizzazione di circa 30 itinerari nel periodo da maggio a dicembre, in quanto si è constatato che esiste un forte interesse a tali tipologie di esperienze anche nei mesi autunnali ed invernali, con conseguente indotto a livello turistico anche in periodi tradizionalmente "destagionalizzati". Particolare attenzione verrà dedicata a proposte di esperienze accessibili, con possibilità di partecipazione di persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive, in collaborazione con associazioni del territorio.

“Be in Wonderland 2024”, considerato il gradimento ottenuto in alcune esperienze del 2023, riproporrà, per ovviare alle difficoltà per alcuni visitatori che non disponevano di mezzi propri di raggiungere i luoghi di partenza/arrivo delle esperienze, anche l’organizzazione di mezzi di collegamento (navette), ciò anche al fine di una riduzione dell’impatto ambientale.

Si precisa che, comunque, tutte le iniziative sono a carattere gratuito e non è prevista alcuna vendita di biglietti a carico dell’utente finale per poter usufruire dei servizi promossi.

La promozione avverrà sia nei formati tradizionali (dépliant, brochure, ecc.), sia attraverso i social del Nuovo Circondario Imolese (siti web, facebook, ecc), degli uffici turistici del Territorio ( IAT R, IAT, WELCOME ROOM), di eXtraBO e IF – Imola Faenza Tourism.

Il progetto contempla alcuni tra i prodotti ad alta priorità definiti dalle Linee di indirizzo pluriennali del Territorio Turistico Bologna-Modena.

## AZIONI

1. Ideazione di itinerari tematici opportunamente studiati per garantire l’accessibilità anche ad un’utenza diversamente abile e a basso impatto ambientale;
2. inserimento degli itinerari all’interno dei siti e social turistici dei Comuni, nel sito della redazione locale e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, etc);
3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (dépliant, brochure - mappe, etc.), con distribuzione presso tutti IAT R e IAT, WELCOME ROOM, eXtraBO e altri punti strategici sotto il profilo della ricettività turistica (IF, Terme, Golf, ecc.);
4. realizzazione di video, anche con l’uso di drone, per il successivo utilizzo per la promozione turistica degli itinerari più rappresentativi con messa a disposizione dello stesso al Territorio Turistico, previa condivisione;
5. attivazione di campagne di web marketing e social marketing;
6. coinvolgimento delle attività economiche connesse al progetto (commercio, agricoltura, artigianato, ecc.).

## AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Comuni del Nuovo Circondario Imolese

## PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Maggio – Dicembre 2024

## CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. Ideazione di itinerari tematici opportunamente studiati per garantire l’accessibilità anche ad un’utenza diversamente abile; 2. inserimento degli itinerari all’interno dei siti turistici NCI, SITUR, dei Comuni e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, etc); 3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure, mappe, video con drone, etc.); 4. promozione su mass-media (riviste, radio, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero degli itinerari progettati;</li> <li>• Numero dei partecipanti con verifica provenienza territoriale;</li> <li>• Numero richieste di informazioni presso gli uffici turistici;</li> <li>• Numero depliant e materiale stampato;</li> <li>• Rassegna stampa;</li> <li>• Numero dei siti in cui è presente il progetto;</li> <li>• Numero promozioni su mass media.</li> </ul>

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 10.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 10.000,00

**PUNTEGGIO:** 70

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **8) COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME - OUTDOOR TOUR: Turismo enogastronomico ed esperienze**

P.G. n. 67427/2023  
Integrazione P.G. n 69176/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Medicina
2. Comune di Casalfiumanese
3. Comune di Castel del Rio

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

“Outdoor tour: turismo enogastronomico ed esperienze” è un progetto di promozione turistica locale consolidato nel territorio al fine di potenziare la sfera del turismo outdoor, con particolare riferimento ai luoghi di piccole dimensioni, in grado di offrire esperienze sostenibili e accessibili in coerenza con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024. Si tratta di un progetto formato da un’aggregazione di quattro comuni: Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio con capofila Castel San Pietro Terme. Il mercato obiettivo di riferimento è Outdoor Active&Slow che include al suo interno iniziative legate alle camminate e al cicloturismo, con escursioni alla scoperta delle bellezze paesaggistiche in modo da promuovere la natura, il benessere e l’enogastronomia. Il turismo Outdoor Active & Slow garantisce sostenibilità ambientale e accessibilità, anche alle persone con disabilità fisica e mentale. Il secondo mercato obiettivo è Food&Wine con la promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del territorio, in particolare con esperienze e degustazioni di olio EVO extravergine di oliva con connesse attività ed offerte legate all’“oleoturismo”, un settore in forte crescita nel territorio di riferimento, nonché eventi legati a prodotti tipici come la cipolla di Medicina, il Marrone di Castel del Rio IGP, lo Squacquerone di Romagna DOP e, in generale, i prodotti De.Co. Il turismo dell’olio rappresenta un settore in forte crescita che caratterizzerà il Progetto “Outdoor tour 2024”, con iniziative ad hoc che possano essere elemento di attrazione turistica anche a livello nazionale, grazie anche alla collaborazione con l’Associazione Nazionale Città dell’Olio di cui Castel San Pietro Terme fa parte. Il turismo enogastronomico è una leva strategica di sostenibilità. Contribuisce ad accrescere l’attrattività della destinazione e la reputazione delle produzioni locali, crea ricchezza e nuove opportunità per le filiere del turismo e dell’agricoltura. Si vuole puntare l’attenzione sugli elementi identitari e le peculiarità dei territori (aree verdi in cui praticare attività all’aria aperta ed eccellenze enogastronomiche) per renderli più attrattivi, aumentare la visibilità e rivitalizzare i Comuni più piccoli e periferici. Far vivere a turisti e visitatori esperienze outdoor a 360° contribuendo a realizzare l’immagine turistica di un territorio attivo e fruibile tutto l’anno per vivere esperienze coinvolgenti nella natura e nel paesaggio, favorendo in tal senso la destagionalizzazione. I Comuni di Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese e Castel del Rio rappresentano un territorio con bellezze differenti che vanno dalla pianura bolognese (con le suggestive oasi di protezione della fauna selvatica, in primis l’Oasi del Quadrone), alle colline della Valle del Santerno con al centro l’arteria pulsante della via Emilia. Sono luoghi in cui lo stile di vita slow è l’elemento chiave per lo sviluppo di un turismo outdoor, dove il visitatore può trascorrere un momento in totale immersione nella natura e nelle aree verdi lontano dalla frenesia delle grandi città. L’obiettivo del progetto è realizzare eventi di promozione delle eccellenze enogastronomiche ed esperienze outdoor in grado di rafforzare la relazione tra turismo outdoor, food&wine, sport e benessere attraverso escursioni, camminate, visite guidate, eventi, momenti di intrattenimento musicale, degustazioni enogastronomiche e show cooking (con particolare riferimento alle degustazioni di olio EVO, del Miele Vergine Integrale dell’Osservatorio nazionale Miele, della “Cipolla di Medicina”, del “Marrone di Castel del Rio IGP”, dello “Squacquerone di Romagna DOP” e ancora altri prodotti tipici in fase di certificazione De.Co. quali ad es. “Formaggio Castel San Pietro”, “Braciola di Castrato”, “Savoiaro di Castel San Pietro”). Tra le iniziative enogastronomiche non potranno mancare quelle dedicate ai vini tipici del territorio che vanta la presenza di cantine vinicole

che, oltre a produrre vini tipici dell'Emilia Romagna di alto pregio, sono in grado di offrire al turista visite e passeggiate tra i vigneti e degustazioni in pregiate bottaie. A tal fine saranno pertanto organizzati tour (camminate con guide certificate, percorsi bike, ecc.) che offriranno al turista la possibilità di conoscere queste terre e i loro prodotti sempre più qualificati e proiettati verso una agricoltura sostenibile.

“OUTDOOR TOUR: TURISMO ENOGASTRONOMICO ED ESPERIENZE” 2024 prevede, al fine di una efficace realizzazione, il necessario coinvolgimento ed integrazione con le attività economiche commerciali, aziende agricole e aziende del settore del turismo e servizi: ciò contribuirà al potenziamento della partnership pubblico-privata per promuovere il territorio. Il progetto sarà realizzato senza la vendita di biglietti a carico dell'utente per partecipare alle esperienze calendarizzate, con accesso libero (nei limiti della disponibilità dei posti per le iniziative “a numero chiuso”), garantendo a tutte e tutti la fruizione dei servizi promossi. All'interno del progetto rientra la manifestazione Very Slow che si tiene a Castel San Pietro Terme in primavera, evento per la promozione delle eccellenze enogastronomiche slow, a km0 e dei prodotti tipici locali, una fiera che racchiude un ampio cartello di iniziative e attività all'aria aperta comprese le degustazioni di olio EVO e di prodotti tipici locali. Analogamente il progetto prevede iniziative a tema nell'ambito di “Medicipolla”, storica manifestazione che si svolge nella seconda settimana di luglio a Medicina. Tale evento, incentrato sulla valorizzazione della Cipolla tipica di Medicina, prodotto cardine dell'agricoltura medicinese, prevede esperienze rievocative del passato, sul modello di una “antica fiera rurale” comprensiva di esposizioni zootecniche, degustazioni di specialità gastronomiche a base di cipolla realizzati con la collaborazione del Consorzio Cipolla di Medicina e dell'Associazione Confraternita della Cipolla ed intrattenimenti culturali ed artistici correlati di vario genere a forte vocazione turistica extraterritoriale.

L'obiettivo del progetto è quindi quello di integrare il programma con nuove iniziative e appuntamenti di richiamo turistico che possono innalzare il livello culturale della manifestazione sui segmenti Food&Wine e Outdoor, coinvolgendo a tal fine aziende, produttori locali e professionisti del settore enogastronomico.

I temi della sostenibilità e dell'accessibilità sono al centro del progetto per garantire l'inclusione delle persone, senza nessuna discriminazione per far provare esperienze accoglienti anche da parte delle persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive.

Per la promozione si punterà sia su una comunicazione offline che online, con l'obiettivo di raggiungere il visitatore ovunque si trovi, ponendo particolare attenzione agli strumenti digitali, newsletter, social media in modo integrato e coordinato con il Territorio Turistico Bologna-Modena. Anche il materiale cartaceo sarà sviluppato in linea con la Destinazione turistica e con Bologna Welcome per realizzare un'immagine coordinata omogenea, coerente e integrata.

Tutto il materiale di promozione sarà messo a disposizione del Territorio Turistico per realizzare una campagna di comunicazione integrata. Il progetto prevede il coinvolgimento di diversi partner, stakeholder, attori istituzionali, associazioni di categoria e dei settori interessati, imprese enogastronomiche e turistiche. “OUTDOOR TOURS” ha quindi un format ed una struttura consolidata negli anni, le precedenti edizioni che si sono svolte senza interruzioni, hanno rafforzato la sua identità e rinomanza; a ciò ha contribuito anche l'inserimento della programmazione all'interno del cartellone metropolitano condiviso “Bologna Estate”.

Il progetto coinvolge territori del Nuovo Circondario Imolese con l'obiettivo di promuovere l'immagine di un territorio “outdoor” a 360°, la cui attrazione fondamentale è quella di offrire esperienze, escursioni, degustazioni ed eventi all'aria aperta.

## **AZIONI**

1. Individuazione e mappatura di escursioni a piedi;
2. organizzazione di escursioni a piedi e visite guidate tematiche;
3. degustazioni delle eccellenze enogastronomiche dei territori coinvolti e dei prodotti tipici locali;

4. organizzazione di eventi e convegni su parole chiave come “slow”, “benessere”, “outdoor” e “oleoturismo”;
5. realizzazione di materiali promozionali coordinati per promuovere le azioni del progetto, anche video con alcuni “focus” realizzati con drone.

#### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

L’ambito territoriale di riferimento è sia locale e regionale che nazionale. Le azioni verranno realizzate nei diversi Comuni coinvolti: Castel San Pietro Terme, Medicina, Casalfiumanese, Castel del Rio.

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Le azioni verranno realizzate nel corso dell’anno 2024, in particolare con riferimento alla primavera e all’autunno.

#### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Eventi enogastronomici	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di eventi enogastronomici</li> <li>• Numero di partecipanti agli eventi enogastronomici</li> <li>• Numero operatori economici e partner coinvolti</li> <li>• Numero delle iniziative realizzate</li> </ul>
Degustazioni di prodotti locali e show cooking	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero delle degustazioni o show cooking</li> <li>• Numero dei partecipanti alle degustazioni</li> </ul>
Escursioni, itinerari e visite guidate	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero di escursioni e itinerari realizzati</li> <li>• Numero partecipanti alle esperienze</li> <li>• Numero Visite guidate</li> </ul>
Materiale promozionale stampa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero depliant, volantini, locandine, ecc.</li> <li>• Numero azioni di promozione stampa</li> </ul>
Materiale promozionale digitale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Numero notizie in siti web di promozione progetto</li> <li>• Numero video - Reels realizzati</li> </ul>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00**

**PUNTEGGIO: 68**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comune di Alto Reno Terme

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto “La Notte Celeste – Terme in Festa”, edizione 2024 è l'appuntamento sotto le stelle più importante della stagione per gli stabilimenti termali dell'Emilia Romagna che, in quanto territori sede di stabilimenti termali, si svolge anche a Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme.

Il progetto viene presentato dal Comune di Castel San Pietro Terme -in qualità di capofila- con il Comune di Alto Reno Terme, ma afferisce, come previsto nell'Avviso pubblico, ad iniziativa promossa da altro Ente sovraordinato, in specie : Apt Servizi - Regione Emilia-Romagna in collaborazione con Territorio Turistico Bologna-Modena e Circuito Termale Emilia Romagna.

Si tratta di un progetto consolidato che si svolge ogni anno in tutte le città termali dell'Emilia Romagna nelle stesse giornate stabilite a livello regionale, in un weekend dove il sabato rappresenta la giornata principale con eventi, iniziative, intrattenimenti e terme aperte dal tramonto sino a notte.

Per tale caratteristica progettuale pertanto, tutti gli eventi in programma verranno in primis pubblicati sul sito ufficiale, creato da Apt Servizi, [www.lanotteceleste.it](http://www.lanotteceleste.it) ed inoltre la promozione dell'iniziativa verrà effettuata utilizzando l'immagine coordinata grafica realizzata dal medesimo ente.

La linea di prodotto di riferimento è “Natura e benessere”, definito anche il turismo dello “star bene”. Il sistema termale rientra in un mercato turistico in cui il visitatore e il turista ricercano un soggiorno rilassante in località ricche di aree verdi, all'insegna dell'equilibrio e del benessere psicofisico per entrare in piena connessione con la natura.

In particolare, il turismo termale vuole dare risposta a chi è alla ricerca di tranquillità, di percorsi salutistici e di terapie offerte in abbinamento ad un'alimentazione sana, attività sportive e attività di sviluppo creativo. La valorizzazione del termalismo e del turismo termale, risulta sempre più orientata ad offrire proposte in un'ottica multidisciplinare per favorire il benessere psico-fisico.

Tale obiettivo ha visto la necessità di attivare mirate strategie di marketing per promuovere le strutture termali presenti all'interno dei territori, in modo da fare conoscere le offerte e le caratteristiche proprie di ogni località termale. Sviluppare il turismo termale significa anche creare un'immagine positiva e uno sviluppo economico non solo per i Comuni termali, ma anche per tutta l'area metropolitana di Bologna.

La manifestazione la “Notte Celeste” rientra tra le principali strategie di marketing per lo sviluppo del turismo termale, un evento di successo risultato in costante aumento di anno in anno.

Si tratta di un progetto turistico per valorizzare il “prodotto terme” con un ampio cartellone condiviso con animazioni, spettacoli, musica, intrattenimenti, laboratori, street food, escursioni e attività sportive all'aria aperta, apertura prolungata dei centri termali con tutte le loro proposte di relax basate su un modello sinergico di relazione tra il corpo e la mente.

Il progetto coinvolge i territori dei comuni termali di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme, con i rispettivi stabilimenti termali.

Le acque termali sono l'elemento di connessione di tutto il progetto: fonte di salute e benessere le acque delle Terme di Castel San Pietro e delle Terme di Porretta sono infatti conosciute fin dall'antichità per le proprietà benefiche e curative.

In entrambi i territori coinvolti si realizzeranno eventi tematici con spettacoli e intrattenimenti per un target principalmente familiare, senza tralasciare le fasce giovanili.

Durante la serata principale della “Notte Celeste” delle Terme dell'Emilia-Romagna, ogni stabilimento termale sarà aperto eccezionalmente fino a tarda serata con tante proposte a tema da condividere in famiglia e con gli amici.

Di grande importanza risulta la connessione con un'altra linea di prodotto prevista dall'Avviso pubblico, il "Food&Wine", cioè al fine di valorizzare e promuovere sia le attività all'aria aperta che la conoscenza delle eccellenze enogastronomiche dei territori.

Il progetto è coerente con gli obiettivi delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024" e propone una manifestazione consolidata che mette in piedi un programma coinvolgente in cui ogni visitatore può sentirsi a casa e può trovare l'offerta più idonea alle proprie esigenze: camminate ed escursioni alla scoperta del territorio termale, visite guidate per conoscere la storia delle acque termali, intrattenimenti, musica, presentazioni di libri, spettacoli di fontane danzanti, dj-set per i più giovani, area bimbi con laboratori creativi sul tema dell'acqua, giochi, animazioni, degustazioni, street-food e piscine termali aperte gratuitamente.

Il punto di forza di questa manifestazione è che offre un ampio ventaglio di attività con la capacità di attrazione di cittadini, visitatori dei Comuni limitrofi e turisti che soggiornano nelle strutture ricettive del territorio.

L'accoglienza delle strutture ed impianti coinvolti in abbinamento alle divertenti ed interessanti iniziative organizzate, in base agli ottimi feedback delle edizioni precedenti, dimostra che questa iniziativa costituisce una delle più importanti azioni di promozione del turismo termale a livello regionale.

Tutti gli eventi sono organizzati in stretta collaborazione tra gli uffici turistici dei Comuni coinvolti e gli stabilimenti termali di riferimento, in modo da creare una stretta sinergia tra pubblico e privato per raggiungere lo stesso obiettivo di valorizzazione in termini di capacità attrattiva di un turismo termale di qualità, con riflessi economici di ampio rilievo e portata, grazie a proposte articolate sostanzialmente in tre fasi: "avvicinamento", "conoscenza", "empatia".

Nell'organizzazione si coinvolgeranno le attività economiche del territorio, le associazioni e gli operatori di settore.

Anche le azioni di comunicazione verranno realizzate in modo coordinato. Si utilizzeranno sia strumenti digitali che tradizionali con la realizzazione di un programma da distribuire negli stabilimenti termali, nelle strutture ricettive del territorio, nelle attività commerciali e negli Uffici turistici dell'area metropolitana (IAT R, IAT, WELCOME ROOM, ecc.), nonché nei punti di maggior frequentazione turistica (eXtraBO, Bologna Welcome, Outlet, IF, ecc.)

Verranno inoltre realizzati video (anche con drone) e foto degli eventi che verranno messi a disposizione, in accordo, del Territorio Turistico.

Sono previste anche iniziative promozionali sui media a supporto di quelle che verranno attivate da Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna e Territorio Turistico Bologna-Modena.

## **AZIONI**

1. Programmazione, organizzazione e realizzazione della manifestazione "La Notte Celeste 2023 – Terme in festa" nei due comuni termali;
2. realizzazione iniziative culturali, di intrattenimento, svago e di promozione delle eccellenze del territorio, in particolare dei prodotti dell'enogastronomia, con focus specifici sui prodotti tipici e De.Co.;
3. creazione di momenti di attrazione per i giovani - target under 36 – per uscire dal luogo comune di location con offerte solo per bambini ed anziani;
4. organizzazione convegni - workshop;
5. realizzazione di spettacoli ed eventi musicali dal pomeriggio sino a notte, specie nella giornata del sabato;
6. organizzazione di escursioni, esperienze, visite guidate presso le sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti;
7. organizzazione di spettacoli musicali.

**AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Gli ambiti territoriali interessati riguardano i Comuni di Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme con i rispettivi stabilimenti termali, le Terme di Castel San Pietro e le Terme di Porretta.

**PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

La manifestazione si svolgerà in date fissate a livello regionale da APT Servizi della Regione Emilia-Romagna. Ipotizzato al momento terzo o quarto weekend di giugno 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Partner e operatori economici coinvolti	Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto
Eventi	Numero iscrizioni agli eventi a numero chiuso (es. camminate) Numero eventi realizzati
Materiale promozionale digitale	Numero azioni di promozione digitale
Materiale promozionale stampato - registrato	Numero pubblicazioni sui giornali e riviste Numero depliant distribuiti Numero video - reels

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 24.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 24.000,00

**PUNTEGGIO:** 62

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **10) COMUNE DI BOLOGNA – Dipartimento Cultura e Promozione della Città - XXI Giornata Nazionale del Trekking Urbano**

P.G. n. 67434/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comuni dell'area metropolitana\*
2. Sistema museale cittadino e metropolitano
3. Associazioni di guide turistiche
4. Fondazione Bologna Welcome

\*Il tema nazionale viene comunicato solitamente nel mese di marzo di ogni anno e di conseguenza lo staff organizzativo di Trekking Urbano procede solo allora nell'individuazione dei luoghi (e quindi dei comuni coinvolti) più adatti, e rispettosi di quel tema. Si confida, pertanto, di continuare ad estendere l'evento in vari comuni dell'area metropolitana anche per l'edizione 2024.

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Nel 2024 lo svolgimento della manifestazione sarà esteso a più giorni rispetto alla data nazionale, solitamente individuata nel 31 ottobre e, come succede da alcune edizioni, estenderà il proprio raggio d'azione a molti luoghi dell'intera area metropolitana bolognese. Certamente antesignano di una innovativa modalità di fruizione del tempo libero, lo spirito che ha animato Trekking Urbano ha fatto breccia per iniziative analoghe nel corso di tutto l'anno (sviluppo dei cammini e delle visite guidate, implementazione della fruizione outdoor, modalità di intervento eco sostenibili) producendo di conseguenza un affinamento delle proposte mirate ai giorni della manifestazione vera e propria. In osservanza del ruolo cardine che ha il Territorio Turistico Bologna-Modena (cioè la destinazione turistica di riferimento) per le politiche turistiche esplicitate nelle Linee programmatiche di indirizzo, la manifestazione bolognese ha teso e vuole tendere sempre più a sviluppare azioni che rispecchino tali linee, andando a proporre un exemplum, concentrato in più giorni, di quanto e come si possa incentivare l'offerta turistica per la scoperta e fruizione di luoghi naturali, di borghi storici, di tradizioni locali in modalità eco sostenibile e accessibile. Una fruizione di socialità agevole, compatibile con gli standard di sicurezza e di contenuti qualitativi alti, grazie all'avvalimento di guide professionali e al parterre di collaborazioni (Comuni, enti pubblici e privati, associazioni) sempre più esteso. Queste collaborazioni hanno fatto sì che Trekking Urbano fosse il motore per l'apertura speciale o riapertura appositamente per questa manifestazione, di luoghi storici e di interesse artistico. Ecco quindi che anche per l'edizione 2024 di Trekking Urbano, tesaurizzando le esperienze sin qui fatte, affinerà nell'individuazione organizzativa e contenutistica -secondo i principi richiamati più sopra- le visite guidate tematiche, aperte a turisti e cittadini, sempre nell'ottica della promozione e della diffusione della conoscenza dell'area metropolitana bolognese e di alcune sue peculiarità.

La partecipazione sarà gratuita, con prenotazione obbligatoria.

Uno degli obiettivi dell'edizione 2024 è quello di consolidare l'offerta di percorsi nell'area metropolitana di Bologna che coinvolgano i territori della pianura, dell'appennino, dell'area imolese, oltre a quello del capoluogo, ottemperando così alle Linee di indirizzo programmatiche della Destinazione turistica, più sopra richiamate. La manifestazione continua ad essere sempre più un esempio positivo di azione sinergica di marketing territoriale tra città e contesto turistico e produttivo circostante, assodato che ormai l'identità e la specificità bolognese coincidono con un territorio - capoluogo e comunità locali - di più di un milione di abitanti. Si rinnova così la sfida propositiva per un programma che offra, attraverso percorsi inediti, chiavi di lettura sempre originali del territorio e del suo patrimonio storico, artistico e naturalistico. Trekking Urbano, oltre a costituire un'opportunità di scoperta del territorio, include anche un valore esperienziale legato ai prodotti tipici dell'enogastronomia locale, sempre correlati - nella loro evocazione ed eventuale fruizione - al luogo dove ci si trova per l'occasione. Una particolare attenzione infine, già introdotta da alcune edizioni e che si andrà ad implementare anche per l'edizione 2024, sarà dedicata all'inclusività di

tutte le persone, dai bambini alle persone con specifiche disabilità. A livello comunicativo e promozionale saranno fondamentali gli strumenti principali del web e delle piattaforme social per un coinvolgimento diretto dei partecipanti.

### **AZIONI**

1. Organizzazione dell'evento con il coinvolgimento di operatori turistici e soggetti locali
2. Comunicazione e promozione dell'iniziativa
3. Follow up

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Bologna città, comuni delle aree di Pianura, Appennino, Imolese e territorio modenese.

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Fase preparatoria da febbraio 2024 fino alle giornate di svolgimento della manifestazione. Giornate di svolgimento della manifestazione: 31 ottobre e 1° novembre.

### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Organizzazione dell'evento con il coinvolgimento di operatori turistici e soggetti locali	Minisito dell'evento con programma completo <a href="https://www.bolognawelcome.com/it/informazioni/trekki-ng-urbano">https://www.bolognawelcome.com/it/informazioni/trekki ng-urbano</a> . Rilevazione numero totale di percorsi e repliche organizzati con distinzione tra quelli in città e fuori città.
Comunicazione e promozione dell'iniziativa	Newsletter di Territorio Turistico Bologna-Modena, Città metropolitana e Bologna Welcome, comunicato stampa, presentazione dell'iniziativa alla trasmissione in diretta "Bologna a Colori" dell'emittente TRC Bologna. Post sui social di Bologna Welcome e Comune di Bologna. A livello nazionale pubblicazione di un percorso a Bologna sulla brochure dell'evento nazionale <a href="https://www.trekkingurbano.info/Brochure-Trekking-Urbano-2023/mobile/index.html">https://www.trekkingurbano.info/Brochure-Trekking-Urbano-2023/mobile/index.html</a> e sul sito <a href="https://www.trekkingurbano.info/bologna-trekking-urban-o-2023/">https://www.trekkingurbano.info/bologna-trekking-urban o-2023/</a>
Follow up	Raccolta dati post evento: numero partecipanti ai singoli percorsi con luogo di provenienza, eventuali feedback dai partecipanti e dalle guide. Raccolta documentazione foto e video. Relazione finale sull'evento.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 16.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 16.000,00

**PUNTEGGIO:** 73

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **11) COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA - I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna**

P.G. n. 67438/2023  
Integrazione P.G. n 69188/2023

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità  
Comune di Monghidoro  
Comune di Ozzano dell'Emilia  
Comune di Pianoro

### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto *I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna*, nato dalla comune volontà dei Comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia, Pianoro e Monghidoro e dell'Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, intende promuovere un turismo naturalistico e culturale nell'ambito di un territorio particolarmente ricco di punti di interesse, vocato ed attrezzato a questo tipo di attività grazie alla presenza di sentieri, punti d'interesse ed informativi nonché diverse strutture ricettive.

Situata a due passi dalla città di Bologna, la zona dei Gessi bolognesi costituisce un macro-territorio unico, dove i suoi beni geoambientali - costituiti dalla vena del gesso, dal carsismo, dalle emergenze calanchive, da boschi, dal contrafforte pliocenico e dal paesaggio pleistocenico - si interfacciano con ecosistemi ricchi di biodiversità, con giacimenti paleontologici e storico-archeologici in grado di generare un unicum difficilmente ripetibile. Quest'ampia fascia della prima collina a Est di Bologna dalla fine degli anni '80 è protetta dal Parco regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa, un istituto di tutela ambientale che interessa larghe porzioni dei Comuni di San Lazzaro di Savena, Pianoro ed Ozzano dell'Emilia. Si tratta, infatti, di un'area protetta di grande importanza naturalistica per la sua geo-diversità e biodiversità tanto da essere riconosciuta dal 1995 come Sito della Rete europea Natura 2000 (codice ZSC – ZPS IT 405001) e da essere stata insignita, nell'ottobre 2023, insieme ad altre aree della Regione che costituiscono il sito Carsismo e grotte nelle evaporiti dell'Appennino settentrionale, del riconoscimento Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO. Il Comune di Monghidoro, sebbene non insista direttamente sul territorio dei gessi, svolge, attraverso lo IAT di Monghidoro, un'importante funzione di promo-commercializzazione di tale territorio.

In questa zona, caratterizzata dall'affioramento dei gessi, si trovano altre eccellenze create e stratificate nel tempo dall'azione antropica: la trasformazione del territorio da parte dell'uomo (il cosiddetto "paesaggio antropico") in grado di produrre sistemi di produzioni arboree e agroalimentari strettamente connesse alle realtà geofisica dei luoghi. Da questo ricco tessuto scaturiscono produzioni alimentari peculiari (ancor oggi manifeste in prodotti che costituiscono eccellenze locali come l'olio d'oliva, le produzioni vitivinicole ed alimentari), una rete di musei (Museo della preistoria L. Donini di S. Lazzaro di Savena, Museo della città romana di Claterna di Ozzano dell'Emilia, Museo delle arti e mestieri di Pianoro), una rete di percorsi sentieristici tematici ed appuntamenti stagionali (sagre, concerti ed esperienze musicali, visite guidate, ecc.).

Il progetto che si presenta intende creare una sinergia nella promozione dei Gessi Bolognesi da parte di tutte le Istituzioni coinvolte e sarà caratterizzato anche da spettacoli di tipo musicale e mirati a sottolineare le peculiarità del territorio legate alla natura e alla cultura dando vita ad esperienze strettamente collegate con le bellezze naturali del paesaggio.

La visione da sviluppare con tale progetto è che il sito dei Gessi Bolognesi non funga da mera cornice ma diventi il soggetto attivo del racconto, da qui il titolo del progetto. Gli eventi, infatti, si avvarranno di scenografie naturali e saranno un importante strumento per raccontare e far conoscere i luoghi e far scoprire alcune località più insolite nonché i percorsi escursionistici che ad essi conducono e le strutture ricettive e

ricreative in essi situati. Le esperienze che nasceranno da questo progetto dovranno, infatti, veicolare messaggi culturali ed ecologici, di rispetto della natura e della musica dei luoghi con l'intento di riappropriarsi di una dimensione più naturale delle esperienze proposte. In particolare, il programma prevede di sviluppare visite e cammini con guide professionali che accompagneranno il turista-spettatore in un'esperienza intima e profonda di conoscenza e consapevolezza dei luoghi, anche in un'ottica di promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche e del "saper fare" ad esse riconducibile che si incontrano lungo i tragitti, nonché performance di artisti e musicisti all'interno di esperienze che hanno come minimo comune denominatore la valorizzare del patrimonio naturalistico locale costituito dai Gessi Bolognesi. L'ambizione del progetto "*I Gessi Raccontano*" è quella di realizzare e incentivare, attraverso azioni-pilota, la fruibilità territoriale combinando fra loro esperienze che mirano alla trasmissione delle conoscenze e delle emozioni relative al patrimonio geo-ambientale, archeologico e storico ed esperienze relative al "saper fare" proprio di questi luoghi derivante dalle culture tradizionali, dalla manualità e dalle abilità artigianali radicate nel tessuto produttivo - ricettivo e nate in prossimità delle mura bolognesi. Le esperienze che verranno progettate confluiranno all'interno di specifici pacchetti turistici, come meglio dettagliato nelle Azioni da realizzare.

## **AZIONI**

- 1. Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi.** Verranno effettuati attenti sopralluoghi per la scelta dei siti che più si prestano a rappresentare i Gessi Bolognesi, con riguardo anche all'accessibilità dei luoghi. In particolare, verranno individuati i siti di maggiore interesse, i percorsi e i cammini che ad essi conducono con l'obiettivo di far conoscere e valorizzare le peculiarità del territorio e del paesaggio nonché le aziende ricettive e quelle che producono eccellenze enogastronomiche.
- 2. Selezione dei soggetti collaboratori.** Sulla base dei luoghi scelti, verranno individuati i soggetti che meglio si prestano alla narrazione del territorio. Si individueranno, quindi, gli artisti, le guide e le aziende enogastronomiche e ricettive con cui collaborare per l'attuazione del progetto. Tutti gli accompagnamenti e le visite guidate del progetto saranno realizzate da guide professionali ed esperti del territorio.
- 3. Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze.** Una volta scelti i luoghi ed i possibili collaboratori, si passerà a sviluppare la creazione della programmazione, che riguarderà non solo eventi (intesi come spettacoli), ma anche esperienze in cui ri-avvicinare i partecipanti al territorio circostante e a riallacciare il rapporto intimo coi luoghi. Tra queste vi saranno camminate con guide ambientali turistiche professioniste, visite alle emergenze naturalistiche e storico-culturali lungo il percorso prescelto, partecipazioni ad esperienze organizzate, visite alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto. Alcune proposte saranno mirate al target delle famiglie con bambini.
- 4. Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna.** Alcuni dei servizi proposti nell'offerta avranno come obiettivo anche la promozione dei prodotti che sul territorio hanno ottenuto la De.Co. Bologna (Olio extravergine d'oliva Colli di Bologna, Carciofo Violetto di San Luca e gli Imbutini di Ozzano).
- 5. Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte.** Sarà realizzato un sistema di prenotazione agli eventi e alle esperienze realizzate nell'ambito del progetto "*I Gessi raccontano*".
- 6. Predisposizione di pacchetti turistici.** Verranno costruiti pacchetti turistici brevi (giornalieri o short-break con almeno un pernottamento sul territorio) per il turista di prossimità e/o per il turista, anche straniero, di passaggio dalla città, differenziati per livello di difficoltà/accessibilità. Tali pacchetti potranno essere sia "all inclusive", ovvero comprensivi di tutti i servizi (come ad esempio: spese di trasporto pubblico per raggiungere i punti di partenza verso le escursioni/eventi/esperienze, eventuale disponibilità zona sosta camper, accompagnamento con guida ambientale turistica professionista, visita alle emergenze naturalistiche e storico culturali sul percorso prescelto, partecipazione all'esperienza organizzata, visita alle aziende agricole sul percorso con possibilità di degustazioni e acquisto, possibilità di soggiorno presso strutture ricettive del territorio, proposte di ristorazione, con particolare riguardo alle eccellenze

enogastronomiche del territorio, ecc.) che si articolano nell'arco di una o più giornate, sia essere specifici solo per alcune delle attività proposte.

**7. Realizzazione di attività e materiale di comunicazione e promozione.** Si avrà cura di ricercare i canali che più si prestano a fungere da veicolo di comunicazione e a rendere più incisiva la comunicazione della programmazione, con particolare attenzione alla comunicazione digitale e ai canali social. Verrà, inoltre, realizzato del materiale di promozione su supporto cartaceo.

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

L'iniziativa avrà luogo nei comuni di San Lazzaro di Savena, Ozzano dell'Emilia e Pianoro all'interno del Parco regionale dei Gessi Bolognesi e Calanchi dell'Abbadessa, il più grande Parco carsico dell'Emilia-Romagna, situato sulle prime colline bolognesi a est della città caratterizzate da affioramenti gessosi, che hanno dato vita ad un complesso carsico di estremo interesse, con un turismo di tipo sostenibile, dove la natura continua ad avere rilevanza centrale. Infatti, i Gessi Bolognesi, interessati dalle passate attività estrattive di materiale utile per la costruzione della città di Bologna, rappresentano il tratto maggiormente distintivo della zona, con doline, altipiani, valli cieche e rupi che modellano il paesaggio e ospitano una vegetazione caratterizzata da presenze mediterranee e specie legate a fasce altitudinali più elevate.

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Le iniziative avranno luogo principalmente nel corso dell'estate 2024, con una visione di ampio respiro che andrà a inserirsi nel corso di una progettazione annuale.

### **CRITERI E MODALITA' DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITA' DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
1. Individuazioni dei luoghi che più si prestano al racconto dei Gessi Bolognesi	Report sui sopralluoghi effettuati e materiale fotografico
2. Selezione dei soggetti collaboratori	Formalizzazione di contratti e atti amministrativi necessari per l'individuazione dei soggetti collaboratori
3. Individuazione e costruzione degli eventi e delle esperienze	Relazione sugli eventi ed esperienze
4. Focus sui prodotti che hanno ottenuto il riconoscimento della De.Co. Bologna.	Realizzazione di esperienze che avranno come tema la promozione dei tre prodotti che sul territorio hanno ottenuto il riconoscimento
5. Predisposizione di un sistema di prenotazione per partecipare agli eventi ed esperienze proposte	Report sul sistema di prenotazione agli eventi ed esperienze
6. Predisposizione di pacchetti turistici	Link alla piattaforma su cui sono illustrati i pacchetti turistici e su cui si procede alla prenotazione
7. Realizzazione di attività e di materiale di comunicazione e promozione	Presentazione del materiale cartaceo predisposto e link ai contenuti digitali realizzati

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00**  
**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00**  
**PUNTEGGIO: 73**  
**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## 12) Società di Mutuo Soccorso fra i Salsamentari e gli Esercenti e Industrie Affini Fondata nel 1876 - Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.

P.G. n. 67523/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. **PARTNER ISTITUZIONALI:** Proloco Valsamoggia; ASCOM; Confesercenti; CNA; Bologna Welcome; Commissione De.Co.;
2. **PARTNER PRIVATI:** TERRITORI<sup>®</sup> Narrative Italian Landscape sistema di co-progettazione per la sostenibilità e la comunicazione riguardanti territori, persone, arte, turismo, ambiente.
3. **ALTRI:** I Soci della Mutua Salsamentari 1876;

### DESCRIZIONE SINTETICA

In veste di erede e depositario dell'Arte dei Salaroli, la "Mutua Salsamentari 1876" da sempre si impegna a conservare le radici, l'identità e le tradizioni di prodotti eccellenti ed a diffonderne la conoscenza, oltre alla riconoscenza dei luoghi di loro provenienza. Il Progetto de "Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co." (già iscritto nel Registro delle Denominazioni Comunali) diventa sempre più la Mappa delle eccellenze del Territorio Metropolitan Bolognese e, sull'onda dell'appellativo dato alla nostra amata Bologna, ossia "città del cibo per antonomasia", coinvolge in modo diretto ed immediato il mondo che gli ruota attorno. Un mondo composto da istituzioni, produttori, commercianti, ristoratori, comunicazione e **visitAttori** - non semplici turisti - a cui può fornire, in maniera corretta e semplice, le informazioni necessarie ad approfondire i temi della tutela, salubrità e della tradizione territoriale. Nonostante lo scenario di crisi che coinvolge tutti i centri economici, la cucina, l'alimentazione e i viaggi restano tra i principali argomenti di interesse sui social media nel nostro Paese. Questo conferma che il Turismo costituisce il pilastro economico del Paese, oltre che forza economica e sociale di sostenibilità e inclusione. Da questi elementi e sulla scorta dei risultati del Progetto de "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co." ottenuti nel corso del 2023, è possibile asserire senza dubbio di smentita che, essendo composto da eccellenti e identitarie produzioni locali, "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co." è una fondamentale leva strategica in grado di contribuire all'attrattività del territorio, alla sua sostenibilità ed alla sua reputazione sulla qualità dell'offerta alimentare e la tutela della salubrità del **consumAttore**. Questi dati, raccolti nel monitorare l'effetto delle attività attuate nei mesi scorsi, portano alla progettazione di un ampliamento della programmazione territoriale, includendo nella mappa vari partner del territorio modenese tra produttori, musei, ecomusei e laboratori artigianali che, per affinità a quelli del territorio metropolitan bolognese, si possono definire elementi e fattori identitari del Territorio Turistico Bologna-Modena. Questo binomio non solo è il maggior produttore dell'assortimento che compone "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co.", ma rappresenta anche un esempio virtuoso e rispettoso dalle pratiche che, insieme alle materie prime, utilizzano quelle 'seconde' - definite talvolta impropriamente scarti - poiché oltre al rispetto che si deve al cibo, a non sprecarlo, a non gettarlo, è anche nel rispetto di quelle tecniche tradizionali di produzione che lo prevedono. Grazie a queste usanze ancora oggi si riescono a raggiungere quelle eccellenze identitarie per territori e comunità mantenendo inalterato il carattere dei prodotti e si può far comprendere come un alimento, la materia prima, non può essere uguale a un'altra per una trasmissione dei saperi. Ne consegue che l'obiettivo 'rigenerativo' del "Tagliere dei Salsamentari De.Co." aumenterà la sua capacità attrattiva, apporterà innovazione e valorizzazione della vita delle comunità del predetto territorio e lo renderà sempre più veicolo di diffusione per nuove opportunità di riscoperta, tutela e valorizzazione del patrimonio enogastronomico, contribuendo ad aumentare la qualità e la sicurezza del cibo e grazie alla scelta di prodotti a chilometro consapevole a favorire un approccio per la **riduzione dell'impatto ambientale**.

Il progetto ha puntato molto sull'idea di identità, in particolare quella locale, e questo implica un'approfondita ricerca di quanto di più genuino si produce sul territorio - si vuole infatti incentivare la popolazione locale ed i turisti a conoscere i benefici del consumo di prodotti "eccellenti". Il valore aggiunto del "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co." risiede nella individuazione di partner e percorsi del gusto, anche

in gratuità, creati attraverso l'indicazione della Rete composta da punti di somministrazione dei Salsamentari e dei luoghi selezionati, legati al gusto, che rispettano le regole secondo cui un prodotto risulta iscritto nell'apposito registro De.Co. presente all'interno di aree urbane e periurbane misconosciute del Territorio Turistico Bologna-Modena fino ad includere anche quelle rurali. In queste ultime è possibile trovare e ritrovare quelle eccellenze della tradizione, ingegno e creatività che divengono a loro volta ulteriore leva per attirare turisti, soprattutto internazionali, 'spostandoli' da destinazioni più note dove l'attenzione a quel chilometro consapevole e intelligente, manca - o è minore. In questo modo si può offrire l'arte abbinata a produzioni di qualità come driver per un nuovo sviluppo e sostenibilità del territorio. Un nuovo concetto di itinerari del gusto più strutturati, all'interno dei quali sarà possibile vivere 'esperienze immersive guidate' di scoperta, fare percorsi gustativi ed annotare le informazioni sui luoghi di produzione inseriti nei mezzi/strumenti di comunicazione in sinergia tra il Sito Web e profili social media del Progetto "Il Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co." in interazione sinergica con la WebApp MyBologna utile a promuovere il Turismo anche nell'ambito agricolo ed alimentare sarà commercializzato da Bologna Welcome. Sempre più fondamentale sarà la comunicazione del progetto del "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co." su più livelli, a partire da quello base dei social media per favorire ai più la scoperta di azioni e suggerimenti di itinerari verso i 'luoghi e i produttori minori' - perché meno o per nulla conosciuti che però, grazie alla loro cultura culinaria, aiutano a disegnare differenti e innovativi flussi turistici. Per comunicare e diffondere meglio questo progetto è necessario dare la corretta informazione per il diritto del consumatore di conoscere gli alimenti (sia riguardo ai suoi contenuti, sia alla provenienza degli stessi) a garanzia della sicurezza alimentare. È per questo che la Mutua Salsamentari 1876 ha pensato di realizzare un percorso formativo come ulteriore strumento per coprire le aree di criticità che, per mancanza di conoscenza o competenza in primis degli addetti, possono mettere a serio rischio la reputazione del nostro territorio turistico vocato alla proposta di prodotti eccellenti da mettere in tavola. La promozione di questo percorso ha preso le mosse da azioni svolte presso l'Istituto Alberghiero Veronelli - nella nostra Valsamoggia - dove Davide Simoni, Presidente della Mutua Salsamentari, ha presentato "Il Tagliere dei Salsamentari De.Co.", così come ha fatto a Ravenna in occasione dell'evento GiovinBacco. Gli attori del progetto si sono anche impegnati in azioni di promozione fuori dai confini nazionali e tra queste è possibile citare il Worldcheese di Trondheim (Norvegia) con Roberto Guermandi e il SIRHA di Lione con Nino Simoni.

Ulteriori azioni di sviluppo del progetto del "Tagliere dei Salsamentari De.Co." sono quelle per contribuire ad un turismo accessibile, agevolando l'accesso sia dal punto di vista dell'abbattimento delle barriere architettoniche che culturali, all'interno degli esercizi dei nostri associati, ma anche sensoriali poiché sono stati previsti alcuni percorsi per il recupero dei sensi - come l'olfatto e il gusto - per imparare o re-imparare a 'sentire' odori e sapori fino a recuperare quelle proprietà gustative perdute per varie ragioni. I tutorial, i video, gli opuscoli/manuali digitali e cartacei, gli eventi narrativi promozionali di nuova concezione, e molti altri saranno gli strumenti messi a disposizione per fare da attrattore di turisti che non desiderano più 'solo mangiare', ma apprendere come il cibo sia espressione di un territorio perché prodotto con maestria, attenzione alla salubrità del consumatore.

**Obiettivo:** Rigenerazione della Mutua Salsamentari 1876 in virtù di un progetto che comprenda la promozione della Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena

## **AZIONI**

**1.** Ampliamento e ulteriore sviluppo del gruppo di lavoro. Programmazione delle attività della social media manager e implementazione del team di gestione dei profili social della Mutua SALSAMENTARI e del TAGLIERE DEI SALSAMENTARI e del sito dedicato al progetto.

Presentazione e Pubblicizzazione del progetto, attraverso i media e altre azioni di comunicazione che previste.

Identità visiva; diffusione del logo Tagliere dei Salsamentari 1876; diffusione del manifesto e del Codice Etico del tagliere; implementazione della Mappa virtuale su Google Maps con Account Salsamentari; ideazione di altri percorsi in gratuità sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna-Modena e creazione di itinerari turistici sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna-Modena; Progettazione di ulteriori strumenti web, itinerari, foto, video, schede digitali con contenuti sui luoghi e produttori da visitare, su servizi turistici e attività Salsamentari coinvolte. Progettazione di strumenti audiovisivi del progetto.

Convocazione per conferenza stampa di presentazione dell'avanzamento del progetto in oggetto.

Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali.

**2. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di valutazione finale. Agire / Laboratori / Opuscoli-Manuali e Tutorial / Momenti di Partecipazione del Pubblico**

Condivisione della strategia social 2024 comunicazione coordinata: (Calendario eventi; Newsletter, valorizzazione e sua digitalizzazione archivio Salsamentari). Implementazione di itinerari e contenuti web e social.

**3.**

a) Promozione del prodotto turistico Bologna Modena attraverso le diverse azioni.

b) Laboratori e altre azioni partecipative.

c) Risultati delle diverse azioni e creazione di un format dei Salsamentari.

I temi che si affronteranno durante le esperienze laboratoriali tratteranno in merito al patrimonio immateriale dell'accoglienza e del gusto intesi anche come luogo di confronto con l'altro; approfondimenti e aggiornamenti di nuovi scenari, tendenze e opportunità dei valori del proprio territorio e la loro conoscenza da trasformare in strumenti di consapevolezza.

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Filiera Turismo enogastronomico e culturale della Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Anno 2024

### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
<p><b>1. Ampliamento e ulteriore sviluppo del gruppo di lavoro. Programmazione delle attività della social media manager e implementazione del team di gestione dei profili social della Mutua Salsamentari e del Tagliere dei Salsamentari e del sito dedicato al progetto.</b></p> <p>Presentazione e Pubblicizzazione del progetto, attraverso i media e altre azioni di comunicazione da sostenere. Identità visiva; diffusione del logo Tagliere dei Salsamentari 1876; diffusione del manifesto e del Codice Etico del tagliere;</p>	<p><b>MONITORAGGIO.</b> Un Comitato di valutazione è stato istituito nella fase di start-up del progetto. Suo compito è stato nel 2023 e sarà in seguito quello di monitorare le attività previste dal Progetto nel rispetto degli obiettivi prefissati e di supervisionare i contenuti e le modalità di svolgimento delle azioni delle singole iniziative e dei rispettivi risultati. Il Comitato, dopo i primi incontri di insediamento e di indirizzo, si riunirà con cadenza mensile. Nello specifico, si prevede una valutazione di processo ed una valutazione di risultato. Ogni 3 mesi il Comitato elaborerà un report che registi lo stato di</p>

<p>implementazione della Mappa virtuale su Google Maps con Account Salsamentari; ideazione di altri percorsi in gratuità sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna Modena e creazione di itinerari turistici sulla Città Metropolitana di Bologna e sul Territorio Turistico Bologna Modena; Progettazione di ulteriori strumenti web, itinerari, foto, video, schede digitali con contenuti sui luoghi e produttori da visitare, su servizi turistici e attività Salsamentari coinvolte. Progettazione di strumenti audiovisivi del progetto. Convocazione per conferenza stampa di presentazione dell'avanzamento del progetto in oggetto. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali.</p> <p><b>2.</b> Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di valutazione finale.</p> <p>Agire / Laboratori / Opuscoli-Manuali e Tutorial / Momenti di Partecipazione del Pubblico. Condivisione della strategia social 2024 comunicazione coordinata: (Calendario eventi; Newsletter, valorizzazione e sua digitalizzazione archivio Salsamentari). Implementazione di itinerari e contenuti web e social.</p> <p><b>3.</b></p> <p>a. Promozione del prodotto turistico Bologna Modena attraverso le diverse azioni.</p> <p>b. Laboratori e altre azioni partecipative.</p> <p>c. Risultati delle diverse azioni e creazione di un format dei Salsamentari.</p>	<p>avanzamento rispetto al programma di lavoro predisposto. La valutazione, attraverso incontri trimestrali del Comitato, produrrà appositi report) e Risultati previsti sia a livello di partecipazione (chi e quanti e dove) che di comunicazione e diffusione/disseminazione sul territorio delle varie azioni definite nel Progetto.</p>
--	--

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 32.786,88 (iva esclusa)

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 32.786,88 (iva esclusa)

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

### **13) Associazione Culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape - Narrative Italian Landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l'accessibilità culturale**

P.G. n. 67526/2023

#### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. CESTART Centro Studi sull'Economia dell'Arte
2. MUSEO DEI BOTROIDI di Luigi Fantini,a.
3. AAA\_csma\_A. Aalto Deposito di Archivi a Bologna
4. EDI HOUSE Società che si occupa di editoria, comunicazione ed eventi

#### **DESCRIZIONE SINTETICA**

La propensione all'ascolto e la profonda volontà di creare qualcosa di innovativo grazie a quel saper mettere in comune le conoscenze che porta ad ideare nuovi strumenti per l'accessibilità culturale: creazione di ulteriori elementi divulgativi e programmi di attività di visita, apprendimento e didattica, differenziati per varie tipologie di turisti.

**Finalità:** il progetto prevede di affiancare nuovi strumenti come installazioni multimediali, una WebApp proprietaria già realizzata dedicata al sistema di medie e piccole realtà museali - in sito e anche diffuso, un programma di eventi ed attività quali convegni, eventi, incontri didattici e formativi, per attivare, a medio e lungo termine, un processo di cambiamento di approccio e comportamentale sia rispetto alla concezione delle opere presenti nel territorio e del paesaggio come ecosistema complesso, sia rispetto allo stile di vita sostenibile. Nella realizzazione dei progetti, TERRITORI® cerca sempre di adottare soluzioni che tengano conto dell'impatto sull'ambiente e sulla collettività ospitante e che generino nuove relazioni - ed anche ricadute economiche - a sostegno delle fragilità e delle emergenze. Imparare a percepire il paesaggio attraverso una pedalata in tandem con un non vedente, comprendere come comunicare e interagire con chi soffre di autismo, due viaggi nell'invisibile con Abili guide. Uno degli obiettivi dell'attività è proprio l'individuazione di nuovi servizi, da integrare ai prodotti dell'area locale, così da migliorare la redditività complessiva della catena del valore. Infine, l'individuazione e sensibilizzazione dei soggetti Creative driver - attori che hanno una forte identificazione con la cultura e la creatività - consentirà di costituire un network di realtà fortemente interessate allo sviluppo dell'area che garantirà il mantenimento dell'iniziativa anche negli anni futuri.

#### **LA COMUNICAZIONE NEL GIUSTO EQUILIBRIO FISICO E DIGITALE**

L'assioma imprescindibile cultura e tecnologia multimediale oggi è un modulo di narrazione suggestivo e coinvolgente ed è per questo che è stata concepita e già realizzata una WebApp proprietaria, gratuita attivabile mediante QRcode, un ibrido tra un prodotto editoriale di narrazione, uno strumento di marketing territoriale e una guida non convenzionale che offre una sezione dedicata a musei e luoghi d'arte per esperienze di conoscenza, di "ri-apprendimento" e di fruizione virtuale di quelli che, per qualsivoglia ragione, risultino temporaneamente non fruibili. Uno strumento di comunicazione per proporre soluzioni temporanee per risultati duraturi che diviene utile allo sviluppo sostenibile di aree geografiche e realtà locali nel cui contesto la tecnologia si connette alla sapienza popolare di un territorio che genera prodotti eccellenti e che custodisce opere di personaggi illustri.

#### **Strategia di sviluppo**

- A) Unconventional Point of View: realizzazione di materiali audiovisivi incentrati su opere e luoghi da promuovere e far conoscere in modo diverso rispetto a quanto attualmente noto.
- B) Attivazione di canali social dedicati alla promozione, valorizzazione e informazione correlata ai luoghi ed opere presenti sul territorio, a partire dalla Città metropolitana di Bologna e dal Territorio Turistico di Bologna-Modena. I canali social saranno direttamente collegati ad una WebApp dedicata al sistema di

realità museali medio-piccole - in sito e anche diffuso- in grado di creare una rete di collegamenti tra siti, beni e attività incluse nelle varie offerte turistiche ideate.

C) Coinvolgimento dei distretti scolastici (di ogni ordine e grado) ed erogazione di attività specializzate nei piani di istruzione su arte, ambiente, alimentazione e sostenibilità. A tal fine, sarà necessario il coinvolgimento dell'Accademia Nazionale di Agricoltura, del CiLab (laboratorio creativo del Politecnico di Milano di cui il Professor Luca Fois, Membro del Board è Responsabile della sezione Creatività ed Eventi del Comitato Scientifico di TERRITORI®) per individuare le modalità di cooperazione e di reciproco arricchimento in particolar modo su forme di turismo innovative che coinvolgono turisti e studiosi nazionali e internazionali connettendoli con il tessuto produttivo locale segnatamente della Città metropolitana di Bologna e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

D) elaborazione di un programma di divulgazione per le università della libera età (da coinvolgere in maniera diretta), per l'organizzazione di eventi di una o due giornate, che integrino degustazioni, lezioni e visite a siti culturali del Territorio Turistico Bologna-Modena (e limiti regionali) come ad esempio itinerari dedicati alle figure di architetti, personaggi e artisti locali.

E) elaborazione di piani di formazione, aggiornamento e perfezionamento professionale, da definire con sponsor -clienti, associazioni di categoria e con le categorie professionali (albi, ordini e associazioni)-, per l'offerta di team building/coaching e didattica su turismo sostenibile, turismo responsabile, consumo responsabile, marketing strategico, destination marketing, holistic cultural management e con un'apertura strategica per le strategie di valorizzazione integrata business-cultura italiana.

TERRITORI® fonda le sue iniziative sulle relazioni, la condivisione che diviene moltiplicazione, per questo è continuamente alla ricerca di enti, persone e organizzazioni che condividano gli stessi valori ed operino per il "bene comune". Si punta infatti ad un coinvolgimento di partner economici sia pubblici che privati, in una logica di mutuo scambio di interessi fondamentali per il Sistema Territorio, che guardino legittimamente all'apertura di nuovi e più consapevoli mercati come missione commerciale e diplomatica in grado anche di sfidare l'*Italian sounding*, nella direzione di riaffermare il vero valore dell'italianità e dell'eccellenza nazionale.

TERRITORI® si impegna in particolare al superamento delle barriere senso-percettive con una visione orizzontale della considerazione delle disabilità, un passaggio culturale importante che porta a mettere in atto una progettazione pluri-sensoriale che prenda in considerazione tutti i sensi e aumenti la coesione, la comprensione e l'accessibilità, con ricadute concrete di tipo economico e sociale, aumentando il numero dei fruitori e l'indotto turistico-sociale-sportivo. Un processo che prende in considerazione nuove esigenze e che passi da un concetto di accessibilità prevalentemente motoria ad uno che pone l'attenzione anche sulle capacità sensoriali e cognitive. La ricerca di ciò che è genuino e vero, dell'armonia con i partner, richiede tempo e costanza, per questo la fruizione dei progetti di TERRITORI® viene organizzata tra l'altro in cicli di eventi inediti che, incontro dopo incontro, fisico o virtuale, ben rappresentano i concetti di miglioramento e saper aspettare per ottenere dei risultati positivi.

## **AZIONI**

**1.** Sviluppo degli strumenti che con l'ausilio delle nuove tecnologie digitali consentono l'aumento della sostenibilità delle fruizioni di luoghi d'arte che scarseggiano o mancano di risorse umane per l'apertura in quanto questa potrà avvenire da remoto. Questa azione sarà possibile grazie all'accompagnamento da parte di personale (guida turistica abilitata regolarmente iscritta all'albo) di fiducia - il tutto nello spirito di mantenere il giusto equilibrio tra fisico e digitale garantendo la qualità e il godimento di prodotti turistici altrimenti mancanti. Tale azione genererà inoltre sviluppo in qualità e quantità del gruppo di lavoro. L'azione si completa della presentazione e pubblicizzazione del progetto attraverso i media e altre azioni di comunicazione che si intendono sostenere come ad esempio la definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di report di valutazione finale che verranno resi noti al pubblico.

## **2. Magazine Territori virtuale**

Creazione dell'opportunità di accompagnare le proposte di itinerari con un Magazine – dedicato, perché le istanze di TERRITORI® non restino appannaggio unicamente dei professionisti del settore, ma possano essere veicolate a tutti coloro che hanno a cuore la tutela e la valorizzazione del territorio. Inoltre, perché la trasmissione di un lavoro in costante evoluzione e dei suoi esiti è stimolo per TERRITORI, a condividere con un pubblico più ampio i risultati ottenuti.

**3. Ampliamento dei partner istituzionali e privati che interagiscono con la WebApp realizzata per realtà museali medio-piccole in sito e diffuse, suggerisce itinerari turistici in natura e nei musei, consente di gestire in modo dinamico ed efficace non solo la propria offerta, ma anche quella di realtà partner/affiliate, infatti ogni elemento censito viene promosso con descrizioni complete di immagini e video per una migliore presentazione ai fruitori/clienti finali i quali potranno, gratuitamente, avere la possibilità di prenotarli singolarmente (ma all'occorrenza anche attraverso un comodo carrello) e di contattare con un click il gestore del servizio stesso. Il gestionale sarà fruibile anche in modalità multilingua e per strutture articolate nelle quali un gestore principale consente ad altre realtà sue affiliate di promuovere dei propri contenuti, sarà utilizzabile da web con credenziali personali che garantiscono la piena sicurezza del sistema e l'autonomia delle varie parti coinvolte nel servizio.**

## **4. Organizzazione, programmazione e svolgimento delle varie attività:**

- **Convegni**  
Itinerari Vasariani®, ITINERARI morandiani® e dedicati a personaggi locali come ad esempio l'architetto Glauco Gresleri - itinerari per conoscere con nuovi occhi i Patrimoni artistici culturali della Città Metropolitana di Bologna
- **Mostre in Musei** come ad esempio I Botroidi di Luigi Fantini, i Fienili del Campiaro, Collezioni Lercaro
- **Video e webApp** (una webApp “dedicata specificamente al medio piccolo mondo museale” fungerà da guida all'evento e relative azioni e che entra in sinergia con i mezzi di comunicazione proprietari della Destinazione - Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena)
- **Syllabus: Corso di FormAzione** “Il turismo culturale e formativo a vocazione sociale - patrimoni materiali e immateriali”. Il corso tratta di Accoglienza (soddisfare le aspettative), Consapevolezza (valori del territorio come strumento per rispondere ai “perché” – ad esempio Perché qui?, una parte che affronta anche i temi della Geologia e della Botanica), Enogastronomia (cosa produce l'Appennino - la cucina territoriale e popolare), e mira a fornire le nozioni di base per lo sviluppo di competenze specifiche nel settore del turismo culturale, allo scopo di potenziare l'attrattività connessa alle tradizioni locali e al patrimonio immateriale italiano.  
Incontro 1: Il patrimonio immateriale dell'Accoglienza  
Incontro 2: Il patrimonio immateriale nei territori - scenari, tendenze e opportunità dei valori del proprio territorio e la loro conoscenza come strumento di consapevolezza  
Incontro 3: Il patrimonio immateriale del gusto inteso anche come luogo di confronto con l'altro

## **SEDI PRINCIPALI**

- Una “casa comune” da cui parte la definizione di processi che uniscono persone. Consapevolezza della complessità, coinvolgimento, senso di appartenenza, inclusione e condivisione delle dinamiche relazionali che portano alle soluzioni e ad approdare alla realizzazione di un progetto che diventa “bene comune”. Una location in una posizione strategica, nella Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena, un territorio che dalle alture dove si arroccano antichi borghi e case torri, giunge alle piazze, castelli, ville, corti coloniche, casali, torri colombaie e che vanta una ricca varietà di patrimoni storico-artistici.

- Sedi itineranti per incontri sul tema dell'architettura straordinaria in contrapposizione con quella spontanea facendo emergere quel carattere fatto di arricchenti contrapposizioni che il territorio della Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena rappresentano.

### AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

Territorio della Città Metropolitana di Bologna in rete con Associazioni di Categoria, operatori nel settore dell'accoglienza, del Turismo, della Cultura, dell'Enogastronomia, della Comunicazione e del Commercio

### PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

2024

### CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Sviluppo degli strumenti che con l'ausilio delle nuove tecnologie digitali consentono l'aumento della sostenibilità delle fruizioni di luoghi d'arte che scarseggiano o mancano di risorse umane per l'apertura in quanto questa potrà avvenire da remoto. Questa azione sarà possibile grazie all'accompagnamento da parte di personale (guida turistica abilitata regolarmente iscritta all'albo) di fiducia – il tutto nello spirito di mantenere il giusto equilibrio tra fisico e digitale garantendo la qualità e il godimento di prodotti turistici altrimenti mancanti. Tale azione genererà inoltre sviluppo in qualità e quantità del gruppo di lavoro. L'azione si completa della presentazione e pubblicizzazione del progetto attraverso i media e altre azioni di comunicazione che si intendono sostenere come ad esempio la definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di report di valutazione finale che verranno resi noti al pubblico.</p> <p>2. Magazine Territori virtuale Creazione dell'opportunità di accompagnare le proposte di itinerari con un Magazine – dedicato, perché le istanze di TERRITORI® non restino appannaggio unicamente dei professionisti del settore, ma possano essere veicolate a tutti coloro che hanno a cuore la tutela e la valorizzazione del territorio. Inoltre, perché la trasmissione di un lavoro in costante evoluzione e dei suoi esiti è stimolo per TERRITORI, a condividere con un pubblico più ampio i risultati ottenuti.</p> <p>3. Ampliamento dei partner istituzionali e privati che interagiscono con la WebApp realizzata per realtà museali medio piccole in Sito e Diffuse, suggerisce Itinerari turistici in natura e musei, consente di gestire in modo dinamico ed efficace non solo la propria offerta, ma anche quella di realtà partner/affiliate, infatti ogni elemento censito viene promosso con descrizioni complete di immagini e</p>	<p>Monitoraggio e valutazione dei risultati. TERRITORI® si avvale di un <b>Comitato Scientifico</b> e di indirizzo che prevede la partecipazione di rappresentanti sia del mondo accademico sia di quello produttivo in grado di acclarare e rafforzare la mission imprenditoriale e culturale del progetto. Tra questi, <b>un'Accademia Nazionale</b>, uno dei più prestigiosi Istituti universitari italiani a livello Mondiale di carattere scientifico e tecnologico i cui campi di studio e ricerca comprendono tre macroaree tra le quali il design, una <b>Società Benefit</b> la cui vision è il "Bene Comune" che oggi è la vera sfida nel mondo del lavoro e nella società ed il <b>Ce.St.Art.</b> - Centro Studi sull'Economia dell'Arte, un centro di ricerca che dall'anno 2000 svolge attività di analisi degli andamenti e delle problematiche del Mercato dell'Arte a livello nazionale e internazionale. Queste partnership danno vita a una sezione dedicata alla creatività dell'area e alle sue possibilità di sviluppo individuando gli elementi e le iniziative in grado di fornire il maggior valore aggiunto allo sviluppo territoriale (dal brand all'immagine, dagli storytelling ai nuovi servizi). Uno degli obiettivi dell'attività è proprio quella della individuazione di nuovi servizi, da integrare ai prodotti dell'area locale, così da migliorare la redditività complessiva della catena del valore. Infine, l'individuazione e sensibilizzazione dei soggetti Creative driver - attori che hanno una forte identificazione con la cultura e la creatività - consentirà di costituire un network di realtà fortemente interessati allo sviluppo dell'area che garantirà il mantenimento dell'iniziativa anche negli anni futuri.</p>

video per una migliore presentazione ai fruitori clienti finali i quali potranno, gratuitamente, avere la possibilità di prenotarli singolarmente (ma all'occorrenza anche attraverso un comodo carrello) e di contattare con un click il gestore del servizio stesso. Il gestionale sarà fruibile anche in modalità multilingua e, per strutture articolate nelle quali un gestore principale consente ad altre realtà sue affiliate di promuovere dei propri contenuti, sarà utilizzabile da web con credenziali personali che garantiscono la piena sicurezza del sistema e l'autonomia delle varie parti coinvolte nel servizio.

4. Organizzazione, programmazione e svolgimento delle varie attività:

- Convegni
- Itinerari Vasariani®, ITINERARI morandiani® e dedicati a personaggi locali come ad esempio l'architetto Glauco Gresleri - itinerari per conoscere con nuovi occhi i Patrimoni artistici culturali della Città Metropolitana di Bologna
- Mostre in Musei come ad esempio I Botroidi di Luigi Fantini, i Fienili del Campiaro, Collezioni Lercaro
- Video e webApp (una webApp "dedicata specificamente al medio piccolo mondo museale" fungerà da guida all'evento e relative azioni e che entra in sinergia con i mezzi di comunicazione proprietari della Destinazione-Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena)
- Syllabus: Corso di FormAzione "Il turismo culturale e formativo a vocazione sociale - patrimoni materiali e immateriali" Il corso tratta di Accoglienza (soddisfare le aspettative), Consapevolezza (valori del territorio come strumento per rispondere ai "perché" – ad esempio Perché qui?, una parte che affronta anche i temi della Geologia e della Botanica), Enogastronomia (cosa produce l'Appennino - la cucina territoriale e popolare), e mira a fornire le nozioni di base per lo sviluppo di competenze specifiche nel settore del turismo culturale, allo scopo di potenziare l'attrattività connessa alle tradizioni locali e al patrimonio immateriale italiano.

Incontro 1: Il patrimonio immateriale dell'Accoglienza

Incontro 2: Il patrimonio immateriale nei territori - scenari, tendenze e opportunità dei valori del proprio territorio e la loro conoscenza come strumento di consapevolezza

Incontro 3: Il patrimonio immateriale del gusto

<p>inteso anche come luogo di confronto con l'altro</p> <p><b>SEDI PRINCIPALI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una “casa comune” da cui parte la definizione di processi che uniscono persone. Consapevolezza della complessità, coinvolgimento, senso di appartenenza, inclusione e condivisione delle dinamiche relazionali che portano alle soluzioni e ad approdare alla realizzazione di un progetto che diventa "bene comune". Una location in una posizione strategica, nella Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena, un territorio che dalle alture dove si arroccano antichi borghi e case torri, giunge alle piazze, castelli, ville, corti coloniche, casali, torri colombaie e che vanta una ricca varietà di Patrimoni storico-artistici.</li> <li>• Sedi itineranti per incontri sul tema dell'architettura straordinaria in contrapposizione con quella spontanea facendo emergere quel carattere fatto di arricchenti contrapposizioni che il territorio della Città Metropolitana di Bologna e Territorio Turistico Bologna-Modena rappresentano.</li> </ul>	
---	--

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 40.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** N.A.

**PUNTEGGIO:** 48

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** N.A.

## 14) CARTA BIANCA APS - Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024

P.G. n. 67636/2023  
Integrazione P.G. n. 69074/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Valsamoggia (Bo)
2. Comune di Vignola (Mo)
3. Comune di Casalecchio di Reno (Bo)

### DESCRIZIONE SINTETICA

Mente Locale – Visioni sul territorio è il primo festival italiano dedicato al racconto del territorio attraverso il cinema documentario, radicato nei territori di Bologna e Modena fin dalla prima edizione e fortemente caratterizzato da esperienze di esplorazione e valorizzazione dei luoghi, da una dimensione conviviale e da un approccio interdisciplinare. Un festival di cinema e non solo, con un pubblico eterogeneo che accanto alle comunità locali vede la presenza di autori nazionali e internazionali, giornalisti e appassionati di turismo culturale e di enogastronomia.

Accanto alle proiezioni nelle sale di Bazzano, Savignano sul Panaro, Loiano, Castelnuovo Rangone e Vignola, che ospitano il concorso internazionale dedicato al cinema documentario per il racconto del territorio, si realizzano iniziative quali camminate tematiche, degustazioni, presentazioni di libri, in collaborazione con numerosi partner quali Touring Club Italiano, che ogni anno assegna una menzione speciale a un film in concorso ed è presente a Mente locale nella persona di un inviato e dà ampia copertura al festival, nonché attori del tessuto produttivo quali Consorzio del formaggio Parmigiano-Reggiano, anch'esso tra le realtà che assegna un premio attraverso una giuria di consorziati, e altri come Consorzio Vini Colli Bolognesi e agriturismi della zona, che ospitano incontri e degustazioni, oltre naturalmente alle istituzioni culturali dei territori di riferimento. Il festival è arricchito ogni anno da anteprime ed eventi speciali, quali la proiezione di cortometraggi dedicati ai territori del festival stesso e realizzati dai partecipanti a corsi di formazione legati a Mente Locale, proiezioni estive e presenza in altre iniziative di realtà locali e partner sui territori bolognese e modenese. Negli anni il festival è cresciuto assumendo una dimensione internazionale grazie anche alla direzione artistica di Leena Pasanen, esperta di cinema documentario di caratura internazionale che si è stabilita nel nostro territorio e accanto al cinema ha coltivato la passione per il vino, iniziando a promuovere il Pignoletto e altri vini locali sui mercati esteri.

A questo link il video racconto del festival 2023: [Best Of Festival Mente Locale e Mente Locale Young 2023 on Vimeo](#)

### AZIONI

1. Organizzazione e lancio del concorso internazionale e del festival.
2. Proiezioni del concorso internazionale nei cinema indipendenti dei territori bolognese e modenese, con assegnazione di premi da parte di realtà produttive locali e player del mondo del turismo (es. Touring Club Italiano, Consorzio del Formaggio Parmigiano-Reggiano, MIC Emilia-Romagna).
3. Iniziative di scoperta del territorio, in particolare dei borghi e dei castelli tra la Valsamoggia e l'Unione Terre dei Castelli e del percorso della Piccola Cassia, in collaborazione con Comuni, istituzioni e associazioni del territorio (camminate tematiche, incontri, concerti in ville e castelli).
4. Iniziative di promozione delle tipicità enogastronomiche del territorio in collaborazione con realtà produttive e agriturismi, iniziative in collaborazione con i Consorzi Parmigiano-Reggiano - visita a un caseificio e proiezioni - e Consorzio Vini Colli Bolognesi, visite guidate a realtà produttive locali, iniziative in collaborazione con cantine locali per la promozione del Pignoletto, degustazioni associate alle proiezioni del concorso e workshop con sfogline locali.

**AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Valsamoggia (Bo), Vignola (Mo), Savignano sul Panaro (Mo), Casalecchio di Reno (Bo) Comuni principali; iniziative anche a Loiano (Bo), Castelnuovo Rangone (Mo) e ogni anno in altri luoghi tra Bologna e Modena.

**PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Ottobre 2024, con anteprime estive.

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Proiezioni, incontri, degustazioni, eventi collaterali	Quantitativa: numero partecipanti
Proiezioni, incontri, degustazioni, eventi collaterali	Qualitativa: questionario di gradimento a campione

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 37.210,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 37.210,00

**PUNTEGGIO:** 63

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

**15) IMOLA FAENZA TOURISM COMPANY: Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile**

P.G. n. 67653/2023  
Integrazione P.G. n. 69098/2023  
Integrazione P.G. n. 72528/2023

**Progetto presentato da IF in quanto organismo operativo del Comune di Borgo Tossignano**

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comune di Fontanelice

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Il 19 settembre 2023, durante la 45ma sessione allargata del Comitato del Patrimonio mondiale dell'UNESCO a Riyadh in Arabia Saudita, la Vena del Gesso Romagnola (gestita dall'Ente di gestione per i Parchi e la Biodiversità – Romagna) è stata dichiarata Patrimonio Mondiale insieme alla Grotta di Onferno, ai Gessi Bolognesi e di Zola Predosa, alle Evaporiti di San Leo, all'Alta Valle del Secchia e alla Bassa Collina Reggiana. Per l'Italia si tratta del sesto paesaggio naturale riconosciuto Patrimonio Unesco, dopo le Dolomiti, l'Etna, le Eolie, le Faggete vetuste delle Foreste Casentinesi e di altre parti d'Italia e d'Europa e Monte San Giorgio tra Italia e Svizzera.

Questo importante riconoscimento a un patrimonio ambientale unico nel suo genere determina un ruolo strategico nella valorizzazione a livello internazionale del nostro territorio e può diventare una leva importante per la promozione di un turismo sostenibile, dando così nuove prospettive alle aree collinari. Se questo risultato lo si è potuto raggiungere grazie al lavoro di squadra messo in campo da Enti ed Istituzioni nazionali, regionali e locali, ora diventa ancor più importante delineare e condividere le tappe di un percorso di sviluppo che si pone molteplici obiettivi tra cui la valorizzazione degli aspetti storici, culturali e sociali dei territori interessati, le iniziative di educazione ambientale rivolte alla popolazione locale e ai visitatori delle aree protette che ospitano i siti Unesco, lo sviluppo sostenibile del territorio attraverso la promozione di buone pratiche e di attività economiche compatibili con la tutela dei luoghi, nonché la gestione oculata dei flussi turistici nelle aree interessate. Da ciò si comprende come l'azione progettuale prevista ed individuata da IF Tourism Company debba essere in stretta correlazione con il sistema regionale e le sue politiche, oltre che con la programmazione che il territorio metropolitano e del Nuovo Circondario ha individuato per lo sviluppo sostenibile dal punto di vista turistico. E' infatti essenziale far sì che le politiche di promozione e commercializzazione siano integrate con la pianificazione territoriale in ambito locale perché, in caso contrario, il rischio che si potrebbe correre sarebbe quello di essere distonici rispetto al territorio stesso in cui si opera. I parchi rappresentano una delle principali mete turistiche del nostro Paese, con milioni di visitatori all'anno (il report Istat "viaggi e vacanze 2022" fa riferimento al ritorno a livelli pre pandemici delle visite "alle bellezze naturali" - 54.9% dei viaggi estivi). Dal 2022 IF- Tourism Company gestisce per conto dell'Ente Parchi e Biodiversità Romagna il centro visite presso la Casa del Fiume di Borgo Tossignano e il Museo Geologico della Vena del Gesso Romagnola sito a Tossignano. Nell'ambito delle proprie funzioni ha potuto rilevare il sempre più crescente interesse dell'utenza verso l'outdoor. Ma il turismo in un'area protetta e nel territorio circostante non può che essere improntato a criteri di sostenibilità e di rispetto dell'ambiente. Scopo di questo progetto è proprio quello di implementare la proposta turistica già messa a punto in questi anni da IF, elaborando offerte di visita che coniughino la cultura, l'enogastronomia, i luoghi di relax, i piccoli centri custodi di tradizioni e suggestioni, con le buone pratiche ambientali così da rafforzare nell'area del Parco della Vena del Gesso Romagnola, nella vallata del Santerno e negli altri Comuni del Circondario la riconoscibilità di un nuovo fulcro della fruizione sostenibile, del turismo slow e ambientale.

Gli obiettivi fissati da IF Tourism Company per lo sviluppo di questo progetto nel corso del 2023, alcuni in continuità con quelli delineatisi nelle attività dell'ultimo triennio, sono di seguito elencati:

- promuovere il turismo consapevole nel territorio del Parco della Vena del Gesso Romagnola e dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese;
- tutelare, qualificare e valorizzare, il territorio e le peculiarità ambientali, naturalistiche, storiche, architettoniche, culturali, produttive, agroalimentari del Parco della Vena del Gesso Romagnola;
- incoraggiare il network creato di differenti tipologie di offerte, opzioni e competenze che devono essere messe a sistema per creare un prodotto turistico integrato e ottimizzato;
- aumentare e favorire l'appeal di questo territorio, cercando di renderlo leader per la tematica natura/ambiente integrata dall'ulteriore tematica outdoor/active&slow;
- consolidare il posizionamento del territorio sul mercato nazionale;
- incrementare le posizioni sui mercati esteri, in particolare quelli da cui è possibile raggiungere il nostro territorio attraverso i numerosi voli low cost che stanno sempre più prendendo piede negli aeroporti a noi vicini;
- avviare proposte di soggiorno stimolanti profilate sui target di clientela individuati: mettere a punto nuove proposte promo-commerciali, sempre più complete, che includano le nuove opportunità offerte;
- sostenere l'incremento della permanenza media degli ospiti, grazie alla creazione di offerte altamente tematiche e stimolanti per i target individuati;
- favorire i periodi di bassa stagionalità, incrementando l'offerta con nuovi prodotti turistici;
- collaborare attivamente con il Territorio Turistico Bologna-Modena sulle tematiche individuate.

## AZIONI

1. Sviluppo di nuove proposte landscape dove la bellezza dei luoghi naturalistici ed i paesaggi diventano elementi di attrazione ed interesse attorno ai quali costruire percorsi ed itinerari di scoperta e di consapevolezza, con un alto grado di innovazione e creatività ed il pieno coinvolgimento di tutte le località dell'area del Parco e dei Comuni limitrofi (ad esempio "Benessere in cammino: mente e corpo in movimento" – ciclo di escursioni durante le quali al camminare, si alterneranno momenti di riflessione: sull'esperienza che si sta vivendo, ossia il camminare in gruppo, nella natura, da un punto di vista psicologico e filosofico e ambientale in compagnia di psicologi dell'escursionismo e guide ambientali certificate);
2. implementazione di ulteriori percorsi esperienziali sul territorio, sempre con il massimo coinvolgimento delle aziende di eccellenza operanti nel Circondario. Si tratta, in questo caso, sia di dare maggiore visibilità ai percorsi esperienziali già esistenti, sia di predisporre nuovi percorsi (ad esempio "La via del Gesso", il percorso realizzato dal CAI che collega la stazione ferroviaria di Imola al Parco della Vena del Gesso passando sulla Ciclovía del Santerno, che consente di mettere a sistema questo importante patrimonio con la rete ferroviaria nazionale e con l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari, dando luogo a nuove e importanti sinergie; così come "La Via dei Gessi e dei Calanchi" che unisce due tra i geositi regionali inclusi nel riconoscimento UNESCO, il Parco dei Gessi Bolognesi e il Parco della Vena del Gesso Romagnola, offre opportunità di sviluppare proposte turistiche integrate; e ancora "Sulle orme di Scarabelli", un'escursione guidata declinata per le famiglie con bambini e per gli istituti scolastici, che permette di apprendere specifiche conoscenze sulla geologia, archeologia, etc. abbinate alla storia e alle tradizioni del territorio);
3. realizzazione e stampa materiali promozionali anche in lingua (dépliant, brochure, mappe, video, foto, gadget, etc.)
4. realizzazioni di azioni di supporto ad eventi ed iniziative tematiche (ad esempio in occasione dell'evento di Social Trekking 2024 – 1-3 marzo 2024 - un incontro di camminatori provenienti da tutta Italia per promuovere il turismo sostenibile nell'area del Parco);

5. azioni di comunicazione (attivazione ufficio stampa, pubblicità su stampa locale e nazionale, campagne di social marketing e web marketing, etc.) e di promozione (distribuzione materiali in occasione di fiere ed eventi, nonché presso gli info point territoriali);
6. organizzazione di press tour per giornalisti e/o blogger.

**AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Comuni del Nuovo Circondario Imolese

**PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Gennaio-dicembre 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. sviluppo di nuove proposte landscape</li> <li>2. implementazione di ulteriori percorsi esperienziali sul territorio</li> <li>3. realizzazione e stampa materiali promozionali integrati anche in lingua</li> <li>4. realizzazioni azioni di supporto ad eventi ed iniziative tematiche</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze e relative elaborazioni</li> <li>• calcolo degli accessi ai siti turistici delle varie località del territorio</li> <li>• richieste di informazioni presso gli uffici IAT</li> <li>• il numero contatti presso fiere ed eventi pubblici e riscontri ottenuti</li> <li>• accessi al sito Internet</li> <li>• monitoraggio delle campagne di web</li> </ul>

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 8.500 (iva esclusa)

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 7.500,00 (iva esclusa) (€ 1.000,00 non ammissibili in quanto entrate derivanti da proventi)

**PUNTEGGIO:** 69

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 16) COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO - Riprendere la Pianura

P.G. n. 67657/2023  
Integrazione P.G. n. 69669/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune Sant'Agata Bolognese

### DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto punterà a sviluppare e a potenziare il sito turistico della Redazione locale *Turismo in Pianura* attraverso un approccio strategico che integri aspetti tecnologici, contenutistici e di coinvolgimento della comunità.

Questo progetto mirerà a creare una sinergia tra la tecnologia, la comunità locale e le risorse turistiche per potenziare il sito e migliorare l'esperienza del visitatore, contribuendo allo sviluppo sostenibile della destinazione turistica attraverso anche l'abbattimento delle barriere digitali grazie al supporto di Chatbot e all'uso dell'Intelligenza Artificiale (IA) per rispondere rapidamente alle domande dei turisti e offrire assistenza automatizzata.

### AZIONI

1. Sviluppo del portale Turismo in Pianura: implementare il portale web unificato affinché fornisca informazioni turistiche su tutti i comuni della pianura. Integrare le funzionalità avanzate come ad esempio mappe interattive e approfondimenti con podcast per piccoli itinerari autonomi. Sviluppare un'app mobile (esempio MyBologna) che offra informazioni turistiche aggiornate e interattive. Integrare funzionalità di geolocalizzazione per guidare i visitatori attraverso i punti di interesse nelle diverse località. Implementare/creare il servizio di assistenza virtuale per rispondere alle domande dei turisti in tempo reale.
2. Contenuto e Redazione Locale: affidamento all'attuale gestore della promo-commercializzazione della Ciclovia del Sole e del punto informativo eXtraBo, Sustenia. Creazione di buone prassi per veicolare in maniera fluida le informazioni e gli eventi a cui dare maggiori informazioni; creazione di contenuti informativi, guide turistiche, notizie culturali e aggiornamenti periodici sul sito; coinvolgimento di giornalisti locali, blogger e fotografi per la produzione di contenuti autentici.
3. Promozione del Territorio: continuare quanto già avviato nel 2023 per la realizzazione di video e contenuti multimediali che mostrano le bellezze del territorio, gli eventi locali e le attività culturali anche attraverso una figura di collegamento tra i vari enti coinvolti. Il cuore del progetto sarà la produzione di video emozionali e di fotografie in grado di catturare l'attenzione del visitatore.
4. Implementazione di tecnologie emergenti come la realtà aumentata per arricchire l'esperienza del visitatore.
5. Sostenibilità Ambientale: dare risalto al gran lavoro già avviato da Sustenia per le aree di riequilibrio ecologico attraverso la promozione di itinerari turistici sostenibili e sensibilizzazione sui temi dell'ecoturismo.
6. Sostenibilità a lungo termine: implementazione di strategie di revenue generation, come pubblicità locale e commissioni sulle prenotazioni.

### AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito di interesse è il sub-ambito Pianura bolognese

### PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Dal 01 gennaio al 31 dicembre 2024

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Sviluppo del portale Turismo in Pianura	Creazione modelli di flusso per le informazioni e condivisione buone prassi
Promozione del Territorio	Riprese video e fotografie

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 36.500,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 36.500,00**

**PUNTEGGIO: 64**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## 17) VITRUVIO A.s.d. - Sull'onda dell'Ammiraglio dalle acque del Reno a quelle degli oceani

P.G. n. 67660/2023  
Integrazione PG. n. 70032/2023  
Integrazione PG. n. 70951/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

-

### DESCRIZIONE SINTETICA

Il 2024 è l'anno in cui verrà celebrata la nascita di un genio, 150 anni fa: Guglielmo Marconi nato nel cuore di Bologna il 25/04/1874.

Anche nel 2024 il rispetto per l'ambiente sarà uno dei temi centrali che toccherà in modo diretto e indiretto il singolo turista interessato ad attività motorie alla scoperta del territorio, da salvaguardare attivamente, agendo in prima persona.

Il 2024 è l'ultimo anno del triennio 2022-2024 analizzato dal documento ispiratore del bando PTPL 2024 "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024" dove vengono indicate le seguenti priorità di azione:

- **City Break** Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici; Palazzi e siti storici pubblici e privati.
- **Cultura**; Guglielmo Marconi; Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville.
- **Outdoor Active&Slow** - Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani Appennino: Bike experience; SULL'ONDA DELL'AMMIRAGLIO è un articolato insieme di tre iniziative (bike, trekking, spettacolo itinerante) che rientra perfettamente nell'ambito delle linee di prodotto:

**Outdoor Active&Slow** - Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani Appennino: Bike experience, dalla casa natale di Marconi in centro a Bologna a Colle Ameno e Villa Griffone lungo il corso del Reno, per rientrare attraversando i parchi bolognesi fino alla collezione Pelagalli "Mille voci... mille suoni".

#### **Natura e benessere**

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi. SULL'ONDA DELL'AMMIRAGLIO mette in relazione i punti di riferimento sopra evidenziati con una evidente complessiva Armonia. Perché Vitruvio è esattamente questo: Associazione per l'Armonia e lo sviluppo del territorio. In quest'ordine.

**SULL'ONDA DELL'AMMIRAGLIO** rivitalizzerà il territorio metropolitano interessando aree estese per target differenti: famiglie con bambini, adulti, amanti dell'attività motoria in ambiente e del trekking urbano. Alla scoperta del territorio muovendosi in bicicletta, a piedi, in gommone. Per questo vengono proposti numerosi percorsi di "vacanza attiva culturale e verde", pensati per destagionalizzare l'offerta, con l'obiettivo di offrire alla Città Metropolitana e alla DMO un prodotto vendibile tutto l'anno.

**SULL'ONDA DELL'AMMIRAGLIO** prevede tre diverse iniziative completamente differenti: un bike tour che impegna l'intera giornata, un trekking di mezza giornata ed uno spettacolo itinerante di due ore. Il target è ovviamente differente, anche se tutte e tre le iniziative prevedono la visita a Villa Griffone. Verranno stretti accordi per il nolo bici e con locali di prossimità per la ristorazione e l'accoglienza, puntando sulla valorizzazione di prodotti tipici. Anche i linguaggi utilizzati saranno tarati in funzione del pubblico che avrà prenotato: turisti, scolaresche, famiglie, gruppi aziendali, team building, appassionati di telecomunicazioni e di storia, sportivi, delegazioni estere, convegnisti, ecc... Per questo motivo tutte e tre le iniziative verranno promosse in italiano ed in inglese, le due "lingue madri" di Marconi.

A) I RAGGI DI MARCONI Bike tour di un'intera giornata, dal centro di Bologna a Villa Griffone e ritorno  
capienza massima 50 pax per due date al mese per otto mesi/anno = Max 800 pax

B) LA RIVOLUZIONE CHE INIZIO' CON UN COLPO DI FUCILE Spettacolo itinerante a Villa Griffone  
con attrice e guida della Fondazione Marconi  
capienza massima 50 pax per quattro date al mese per 10 mesi/anno = Max 2.000 pax

C) ELETTRA: PASSI SULLE ONDE DI MARCONI Trekking urbano dal Borgo di Colle Ameno a Villa Griffone  
capienza massima 25 pax per due date al mese per otto mesi/anno = Max 400 pax

## **AZIONI**

### **1) Sopralluoghi esecutivi**

Per la compilazione di questo progetto sono stati effettuati i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto fosse fattibile. Il territorio e gli edifici storici oggetto di valorizzazione sono ben conosciuti e i turisti verranno sorpresi con dettagli non noti o non visibili.

### **2) Ricerche storiche, e ambientali, ecc..**

Una volta terminati i sopralluoghi esecutivi inizia l'approfondita ricerca dei contenuti per ogni singolo luogo individuato lungo i percorsi, cercando relazioni fra i diversi temi evidenziati nel progetto. Il risultato della ricerca saranno i testi che verranno provati direttamente sui percorsi, misurando tempi e ipotizzando possibili diversivi o contrattempi che potrebbero capitare.

3) **Scrittura testi e mappatura.** Solo dopo questo ulteriore importante lavoro si potrà licenziare i testi definitivi che verranno mappati sia in formato elettronico che cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle guide.

### **Elementi progettuali che evidenziano la coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024 e dal quadro di riferimento di cui alle premesse dell'Avviso PTPL 2024:**

Per quanto già esposto, la coerenza con gli obiettivi è certa. Questa proposta apre ulteriori stimolanti alternative a mercati già attivi nel territorio metropolitano, considerando che le proposte di Vitruvio vengono realizzate con continuità e certezza di calendario da molti anni e sono rivolte con successo a mercati locali, nazionali e internazionali. Le tre attività verranno realizzate in italiano ed in inglese, le due lingue “madri” di Marconi. Il curriculum e la storia ventennale dell'Associazione Vitruvio garantisce certezza di risultato, anche grazie alle competenze del Dott. Francesco Nigro, evidenziate nel suo curriculum. L'invio settimanale della newsletter di Vitruvio agli oltre 30.000 iscritti in mailing list consentirà di raggiungere mediamente c.a. 70.000 persone (considerando che ad un indirizzo può corrispondere una coppia o una famiglia). Le ricadute per alloggio e cibo saranno importanti, poiché le iniziative verranno proposte tutto l'anno. Il sostegno economico richiesto a Città metropolitana avrebbe totale garanzia di risultato, perché Vitruvio è una realtà strutturata con esperienza pluridecennale sul territorio e decennale con Città Metropolitana. Un affiancamento economico consentirebbe di produrre un numero più elevato di date.

### **Elementi progettuali volti alla valorizzazione e promozione di elementi identitari in grado di innalzare la capacità di attrazione dei territori e innescare processi di qualificazione e rivitalizzazione del territorio:**

Il bolognese Guglielmo Marconi ha cambiato la vita a tutti gli abitanti del pianeta, senza che questi, nella maggior parte dei casi, non ne conoscano la storia. Le celebrazioni per i 150 anni dalla sua nascita sono un'occasione imperdibile per rendere giustizia a questo genio, illustrando anche le sue radici. Il mix di contenuti e di linguaggi utilizzato nelle seguenti proposte è il D.N.A. del territorio oggetto di

valorizzazione. Sarà impossibile registrare il commento "...questo l'ho già visto", perché tutto ciò che verrà proposto deriva da fortissimi radicamenti territoriali, che renderanno le esperienze indimenticabili e assolutamente uniche. I beni culturali possono essere materiali o immateriali e il miglior modo per apprezzarli è staccarsi dal divano e muoversi alla scoperta del territorio. Per questo occorrono motivazioni che vadano oltre l'aspetto storico, oltre quello naturalistico e ambientale, oltre quello culinario. L'attività motoria non competitiva è da sempre il criterio informatore che ha dato vita a centinaia di iniziative di Vitruvio. Come? Individuare "esche" appetitose che possano attirare diverse tipologie di turismo. Vitruvio crede fermamente che questo progetto, affiancato dalle altre tante proposte di Vitruvio, sia in grado di innalzare realmente il valore percepito del soggiorno.

**Caratteristiche progettuali di integrazione e diversificazione i pro ot e servizi ioereot a settori economici diversi (a esempio: commercio, agricoltura, artigianato, trasporto):**

**SULL'ONDA DELL'AMMIRAGLIO** prevede tre diverse iniziative completamente differenti: Un bike tour che impegna l'intera giornata, un trekking di mezza giornata ed uno spettacolo itinerante di due ore. Il target è ovviamente differente, anche se tutte e tre le iniziative prevedono la visita a Villa Griffone. Verranno stretti accordi per il nolo bici e con locali di prossimità per la ristorazione e l'accoglienza, puntando sulla valorizzazione di prodotti tipici. Anche i linguaggi utilizzati saranno tarati in funzione del pubblico che avrà prenotato: turisti, scolaresche, famiglie, gruppi aziendali, team building, appassionati di telecomunicazioni e di storia, sportivi, delegazioni estere, convegnisti, ecc... Per questo motivo tutte e tre iniziative verranno prodotte in italiano ed in inglese, le due lingue "madri" di Marconi.

**Azioni di riduzione dell'impatto ambientale in fase di progettazione e realizzazione:**

Tutte le iniziative nascono dall'utilizzo della rete di ciclopedonali, stimolando il cicloturismo ed il trekking in ambiente. E' prevista anche la raccolta di rifiuti abbandonati in ambiente. La promozione verrà effettuata senza stampare nulla, verrà utilizzata solo la rete e la mailing list. Verrà caldeggiato l'utilizzo della borraccia, escludendo le bottiglie d'acqua di plastica.

**Azioni di promozione del turismo accessibile, in particolare in riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive:** Esperienza pluriennale con l'associazione ENS (Ente Nazionale Sordi) e organizzazione di iniziative dedicate, con traduttrice nel linguaggio dei segni. Per le disabilità motorie gravi non sarà possibile operare poiché Villa Griffone non consente la totale accessibilità.

**Eventuale previsione di vendita di biglietti a carico dell'utente finale per poter usufruire dei servizi promossi:** L'importo da richiedere per le tre diverse iniziative potrà variare in funzione di quale sarà la cifra messa a disposizione da Città metropolitana. Come ordine di grandezza viene considerata auspicabile almeno la copertura dei costi di produzione e dei biglietti d'ingresso a Villa Griffone e al Museo Pelagalli. In questo caso l'importo a carico degli adulti potrebbe essere di € 17 per il bike tour di un giorno, € 12 per lo spettacolo itinerante e € 10 per il trekking urbano.

Per maggiore chiarezza il calcolo delle entrate prevede le seguenti variabili:

Nel caso in cui Città Metropolitana eroghi l'intero importo richiesto di € 29.000 per coprire le spese di progetto complessive dovremo recuperare nel corso dell'anno 2024 € 4.000 di contributi liberali versati dagli associati che parteciperanno alle tre diverse iniziative.

In questo primo caso tutte le iniziative saranno gratuite. Se invece l'importo sarà di almeno € 20.000, coprendo i seguenti costi di produzione (come da mod. D2 Allegato 2 – Piano finanziario):

1. Promozione e comunicazione € 22.000

5. Itinerari turistici ed esperienze € 8.000

A detrarre

Risorse proprie del soggetto capofila € 6.000,00

Altre fonti di finanziamento € 4.000,00

In questo secondo o caso dovremo richiedere una quota di contributo liberale a carico degli adulti di € 17 per il bike tour di un giorno, € 12 per lo spettacolo itinerante e € 10 per il trekking urbano fino a raggiungere il pareggio con un'entrata di almeno € 9.000. Nel terzo e ultimo caso, se l'importo fosse ulteriormente limitato, dovranno richiedere il contributo liberale previsto nel secondo caso oltre al costo dei biglietti d'ingresso per Villa Griffone (€ 8) e, per il bike tour per il Museo Pelagalli (€ 5) per ogni adulto.

**Realizzazione di materiale foto e video, anche con drone:** E' già consuetudine di Vitruvio condividere le immagini riprese durante le iniziative sia da parte delle guide che da parte del pubblico, che contribuisce così ad alimentare attivamente un interessante ed utilissimo reportage fotografico soggettivo dei luoghi oggetto di promozione e di visita. Anche le riprese con drone che si intendono produrre potranno essere molto suggestive per documentare sia il trekking e il bike tour.

**Eventuale integrazione con progetti di promozione turistica promossi da altri Enti sovraordinati, come ad esempio Apt Servizi, Regione Emilia-Romagna o Territorio Turistico Bologna-Modena:** Insieme all'associazione Gemella Vitruvio Barcellona si sta ultimando la progettazione di un'iniziativa di rilevanza internazionale che mette in relazione la Fondazione Marconi, l'Istituto italiano della Cultura di Barcellona la UOC (università di Barcellona) e la Coppa America, manifestazione velistica che quest'anno si svolge a Barcellona.

#### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Bologna - Casalecchio - Sasso Marconi

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Tutto l'anno 2024

#### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Pubblicazione nel calendario 2024 delle singole iniziative sul sito di Vitruvio e sui siti di promozione del territorio attivati dalla Città metropolitana	Verifica periodica dei numeri relativi all'apertura delle pagine dedicate alle iniziative di Vitruvio rapportati al numero di prenotazioni ricevute
Comunicati ai media nazionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Comunicati stampa per ogni singola data delle iniziative inviati da Vitruvio ai media regionali	Verifica dell'incremento di prenotazioni ricevute a seguito della pubblicazione di articoli o trasmissione di servizi sui media
Trasmissione delle proposte ai tanti Tour operator che già collaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.
Trasmissione delle proposte alle tante scuole che già collaborano con Vitruvio	Vitruvio Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailing list	Verifica percentuali di lettura e di prenotazione online delle schede in oggetto
Pubblicazione di eventi sui social	Verifica del gradimento e della reale partecipazione alle singole iniziative
Pubblicazione reiterata dei video promozionali	Verifica del numero di aperture dei file video

Analisi della reputazione on-line	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via email al termine di ogni iniziativa
Interviste ai visitatori e analisi sul campo relative alla qualità dei servizi	Semplice tabella con quattro valori da attribuire, inviata via email al termine di ogni iniziativa
presenze per provenienza, motivazione/tipo di vacanza	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 39.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 35.000,00 (€ 4.000,00 non ammissibili in quanto derivanti da entrate assimilabili a proventi)

**PUNTEGGIO:** 52

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** BASSA

**18) Ass. turistica PRO LOCO CASTEL SAN PIETRO TERME - “L’Antico Castello: Dante primo turista tra Emilia e Romagna - XIV edizione)**

P.G. n. 67668/2023

**ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Ass. Pro Loco Castel Guelfo
2. Ass. Pro Loco Ozzano Emilia
3. Ass. Pro Loco Casola Valsenio (RA)
4. Ass. Pro Loco Grizzana Morandi
5. Ass. Pro Loco Castel di Casio
6. Ass. Pro Loco Capugnano

**DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto “**L’Antico Castello” Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna**, giunto alla sua XIV edizione, intende proseguire nell’azione di valorizzazione della testimonianza e del racconto di un “Dante uomo e viaggiatore”, curioso osservatore di stili di vita, ambienti urbani e naturalistici, sempre con il taccuino degli appunti al seguito per fissare nella memoria tempi, usi e costumi, come Dante stesso racconta nella “Vita nuova”. Dante è considerato a pieno titolo uno dei primi turisti d’Italia e, seguendo le sue orme, si intende ripercorrere il suo cammino e i racconti delle aree del nostro territorio, citate nei suoi scritti.

Nell’edizione 2024, la manifestazione verrà realizzata nei giorni **7, 8, 9 novembre a Castel San Pietro Terme e aree limitrofe**, con momenti culturali e turistici tra storia, arte, enogastronomia, visite guidate ed intrattenimenti.

Il progetto ha la finalità di **valorizzare il patrimonio storico, culturale, artistico, sociale ed ambientale del territorio, divenendo un valido strumento di incoming per la città di Castel San Pietro Terme e le aree limitrofe**. L’intento è quello di promuovere un turismo esperienziale e family friendly, che ci permetta di calarci in un tempo passato ed assaporare il valore autentico della realtà che si sta visitando. Ciò contribuisce a trasmettere e divulgare i valori identitari del territorio, coinvolgendo contemporaneamente le strutture ricettive, gli esercizi commerciali, la ristorazione e i vari attori della comunità, in sinergia con le Linee Pluriennali della Destinazione Turistica Metropolitana. Tale progettualità vuole qualificare l’offerta turistica del territorio, rilanciando e promuovendo il patrimonio immateriale e le eccellenze locali, per **aumentare la permanenza media dei turisti in loco, in un momento dell’anno che si colloca al di fuori della normale stagionalità dei flussi turistici**.

Il progetto vede la direzione scientifica del **Prof. Angelo Chiaretti**, noto studioso di Dante, autore di molteplici pubblicazioni e insignito della medaglia del Presidente della Repubblica per meriti culturali.

Il progetto è da sempre patrocinato dal **Comune di Castel San Pietro Terme** e fa parte del ricco calendario di eventi del **Baccanale del Comune di Imola**. Nel 2024 chiederemo nuovamente i patrocini sopra citati, in modo da valorizzare la promozione e promo-commercializzazione turistica dell’evento verso un pubblico sempre più ampio e coinvolgendo flussi turistici a livello regionale e nazionale.

L’evento sarà promosso attraverso i seguenti canali:

- Stampa di materiali promozionali cartacei (locandine, pieghevoli, ecc.);
- Banner pubblicitari e manifesti per gli spazi di affissione pubblica;

- Programma, approfondimenti e contenuti veicolati attraverso i siti web istituzionali e social network di Pro Loco Castel San Pietro Terme, Comune di Castel San Pietro Terme, le Pro Loco coinvolte nel progetto e altri soggetti come IF Imola Faenza Tourism Company ed eXtraBo;
- Comunicati stampa;
- Spazi pubblicitari e/o redazionali su stampa locale e nazionale.

## AZIONI

1. Installazione di **mostre artistiche** pittoriche e scultoree a tema presso la Sala Espositiva di Via Matteotti 79 e l'edificio "Ex Stazione delle Corriere" di Piazza Martiri Partigiani a Castel San Pietro Terme. Le mostre, di elevato livello artistico-culturale, intendono esplorare le tematiche dantesche e non solo, attraverso i linguaggi espressivi della pittura e della scultura, fornendo uno sguardo sempre nuovo all'oggetto del progetto. Le mostre saranno ad accesso gratuito e fruibili al pubblico per tutto il weekend dell'evento.

2. **Conferenze, presentazioni di libri ed incontri** tematici con ospiti di rilievo, dedicati alla figura di Dante "uomo e turista", che con i suoi compagni ha attraversato il territorio tra Emilia e Romagna, raccontando nei suoi appunti di viaggio suggestioni, emozioni e conoscenze. Verranno organizzati, presso la sede di mostra (Sala Espositiva di Via Matteotti 79), incontri, degustazioni e conferenze in merito a tematiche collegate alle azioni di progetto.

3. **Organizzazione di eventi** in Centro Storico a Castel San Pietro Terme, in particolare nella giornata di sabato 9 novembre con la manifestazione denominata "**L'Antico Castello si anima per l'intera giornata**". L'evento vuole far assaporare le tradizioni di un tempo e mostrare gli antichi mestieri e la vita quotidiana di un borgo che vanta una lunga storia. I visitatori potranno immergersi a tutto tondo nelle attività dal passato prendendo parte a laboratori, giochi ed altre attività proposte dalle varie Pro Loco coinvolte nel progetto. La città si animerà con mostre, esposizioni a tema, antichi mestieri, arcieri, duelli, falconeria, armigeri, giochi del passato e antiche ricette. Verranno presentate lavorazioni come l'essiccazione di erbe officinali ed essenze, la tessitura a telaio, l'allevamento del baco da seta, la panificazione, la macerazione della canapa e la tintura dei tessuti. Sarà predisposta un'area ristoro promossa anche nella programmazione del Baccanale dal titolo "Antichi sapori in Piazza", con ricette a tema utilizzando prodotti a km0. Lungo la giornata varie saranno le attività per i più piccoli con cacce al tesoro, animazioni, laboratori e giochi antichi.

4. Predisposizione di **percorsi turistici e visite outdoor** alla scoperta di luoghi inediti, personaggi ed antiche testimonianze del territorio. In particolare, si esploreranno aree di interesse naturalistico e storico-culturale, andando alla ricerca di materiali, curiosità, personaggi storici, antichi mestieri, luoghi inediti, antiche lavorazioni artigianali e prodotti locali. Si svolgeranno **laboratori tematici** sulle erbe, le piante e la geologia dei luoghi; scopriremo curiosità e storie su personaggi che hanno fatto la storia del nostro territorio, le tecnologie legate agli antichi mestieri, i metodi di trasformazione dei prodotti agricoli, la gestione delle acque (canali, chiuse, mulini). Le visite guidate, con prenotazione obbligatoria, permetteranno di calarsi in un'esperienza da vivere a 360°, tra storia, cultura, natura e tipicità, valorizzando un turismo slow, sostenibile, legato al benessere e alla conoscenza genuina del territorio.

5. **Accoglienza turistica** di qualità e promozione dei materiali divulgativi cartacei e digitali dedicati alla promo-commercializzazione della realtà territoriale, integrati fra le varie Pro Loco e fruibili anche in lingua inglese per coinvolgere flussi turistici sempre più ampi. Ciò permetterà al turista di organizzare anche in autonomia tour della zona, lasciandosi coinvolgere dalle molteplici proposte di percorsi e idee di visita, a piedi, in bicicletta, in camper o in auto a seconda dei propri interessi, seguendo vari filoni tematici proposti in queste giornate (storico-culturale, naturalistico, enogastronomico).

### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Il progetto si colloca nell'area della Città Metropolitana di Bologna e del Comprensorio IF (Imola Faenza), coinvolgendo l'intero sistema territoriale, e si rivolge principalmente ad un turismo di prossimità, regionale e nazionale, data la vicinanza dell'area con il Capoluogo di Regione e le infrastrutture aeroportuali e dell'Alta Velocità ferroviaria, con possibilità di allargare ulteriormente la promozione verso il turismo internazionale. L'area territoriale di Castel San Pietro Terme si trova sull'asse della Via Emilia SS9 ed è facilmente raggiungibile in auto (Autostrada A14), tramite mezzi pubblici (Linee TPER e treni regionali), taxi e dispone di un'area camper attrezzata presso il Parcheggio di Viale Oriani. Da qui è possibile raggiungere con facilità le aree territoriali limitrofe coinvolte nel progetto.

### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

I tempi di realizzazione, nell'arco del 2024, comprendono una prima fase di progettazione ed organizzazione nella primavera/estate, per poi giungere alla realizzazione dell'evento nel mese di novembre (7-8-9 novembre).

### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Predisposizione di percorsi turistici e visite outdoor alla scoperta di luoghi inediti e antiche testimonianze del territorio	Numero di presenze e partecipazione ai percorsi e alle visite guidate (prenotazione obbligatoria). Interesse dei fruitori in merito ai percorsi promossi tramite piattaforme digitali e materiali divulgativi cartacei. Numero di visite alle piattaforme digitali e interesse verso i contenuti proposti nei social network.
Installazione di mostre artistiche a tema	Numero di accessi alle aree di mostra e feedback dei visitatori.
Conferenze, presentazioni di libri e workshop	Numero di accessi e prenotazioni (qualora richieste) agli eventi.
Organizzazione di eventi	Numero di presenze e flusso di visitatori nelle aree dell'evento e partecipazione alle attività esperienziali proposte. Numero di visite alle piattaforme digitali e interesse verso i contenuti proposti nei social network.
Accoglienza turistica e promozione di materiali cartacei e contenuti digitali	Numero di visite alle piattaforme digitali e interesse verso i contenuti proposti nei social network. Numero di accessi ai punti di accoglienza turistica. Quantità di copie cartacee fruite dai visitatori

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 9.406,20

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 9.406,20

**PUNTEGGIO:** 57

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** BASSA

## **19) CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA - Iniziative turistiche di interesse metropolitano**

### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

Comuni e Unioni di Comuni del Territorio Turistico Bologna-Modena; Comuni di Firenze, Prato, Pistoia, Provincia di Pistoia; Regioni Emilia-Romagna e Toscana; APT Servizi Srl e altri soggetti che a vario titolo operano in ambito turistico.

### **DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO**

La Città metropolitana di Bologna, nelle funzioni di Destinazione turistica, coerentemente con quanto realizzato nelle annualità precedenti, propone nell'annualità 2024 la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione integrate e trasversali a supporto dell'offerta turistica del territorio.

Al fine di sostenere l'attrattività e la qualificazione dell'offerta territoriale attraverso lo sviluppo di strategie trasversali e condivise attente alla sostenibilità, si propone di supportare Accordi territoriali di sviluppo, con particolare attenzione ai Cammini e al turismo attivo e lento in generale. La Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Mater Dei rappresentano i principali cammini che attraversano l'Appennino bolognese collegandolo con le vicine province toscane. Anno dopo anno questi Cammini, anche grazie al supporto fornito tramite il PTPL, accolgono sempre più numerosi camminatori e pellegrini, dall'Italia e dall'estero. La Via degli Dei, in particolare, si è qualificata come secondo cammino italiano, dopo la Via Francigena. L'obiettivo è rendere sempre più attrattivi anche gli altri cammini, sia quelli citati sia eventuali nuovi in corso di strutturazione, per favorire la decongestione del turismo dal capoluogo, l'internazionalizzazione degli arrivi anche in ambito metropolitano e la destagionalizzazione dei flussi. Per ciascun cammino si prevede, pertanto, di finanziare azioni di promozione turistica in accordo con gli enti interessati dai percorsi, in una logica di integrazione dell'offerta e di razionalizzazione degli interventi.

Inoltre, si intende proseguire la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alla fruizione responsabile del territorio metropolitano valorizzando in particolare le tradizioni enogastronomiche, l'escursionismo a piedi e in bicicletta e le tipicità agroalimentari bolognesi.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.000,00**

<b>PTPL 2024 - AMBITO 2 “SERVIZI TURISTICI DI BASE INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE” BOLOGNA</b>							
	<b>Richiedente</b>	<b>Progetto</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>Spese ammissibili</b>	<b>Spese non ammissibili</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
1	<b>UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE</b>	<b>Crinali Teatro 2024</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	83	ALTA
2	<b>COMUNE DI ALTO RENO TERME</b>	<b>LookAp! Metamorfosi e l'Appennino Ritrovato: arte diffusa, natura ed escursioni</b>	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 0,00	60	MEDIA
3	<b>UNIONE DEI COMUNI SAVENA - IDICE</b>	<b>Slow travel sui Colli Bolognesi</b>	€ 15.250,00	€ 15.250,00	€ 0,00	60	MEDIA
4	<b>COMUNE DI DOZZA</b>	<b>Fantastika “La forma del Drago” - VII edizione biennale d'illustrazione</b>	€ 23.000,00	€ 23.000,00	€ 0,00	65	MEDIA
5	<b>UNIONE RENO GALLIERA</b>	<b>Conosci la ciclovia del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura</b>	€ 8.000,00	€ 7.998,32	€ 1,68	67	MEDIA
6	<b>COMUNE DI IMOLA</b>	<b>BACCANALE 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	63	MEDIA
7	<b>YODA APS</b>	<b>IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile</b>	€ 29.000,00	€ 29.000,00	€ 0,00	80	ALTA
8	<b>NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE</b>	<b>BE IN WONDERLAND</b>	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 0,00	70	MEDIA

9	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	OUTDOOR TOUR	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	68	MEDIA
10	COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME	Notte Celeste – Terme in festa	€ 24.000,00	€ 24.000,00	€ 0,00	62	MEDIA
11	COMUNE DI BOLOGNA	Trekking Urbano	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 0,00	73	MEDIA
12	COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA	I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	73	MEDIA
13	MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA	“Il Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co.”	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 0,00	60	MEDIA
14	TERRITORI NARRATIVE ITALIAN LANDSCAPE	“Narrative Italian landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l'accessibilità culturale”	€ 40.000,00	N.A.	N.A.	48	N.A.
15	CARTA BIANCA APS	Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024	€ 37.210,00	€ 37.210,00	€ 0,00	63	MEDIA
16	IF IMOLA FAENZA TOURISM per conto del COMUNE DI BORGO TOSSIGNANO	Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile	€ 8.500,00 (iva esclusa)	€ 7.500,00 (iva esclusa)	€ 1.000,00	69	MEDIA
17	COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO	Riprendere la Pianura	€ 36.500,00	€ 36.500,00	€ 0,00	64	MEDIA
18	VITRUVIO APS	Sull'onda dell'Ammiraglio dalle acque del Reno a quelle degli oceani	€ 39.000,00	€ 35.000,00	€ 4.000,00	52	BASSA

19	<b>PRO LOCO CASTEL SAN PIETRO TERME</b>	<b>“L’Antico Castello” Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna – XIV edizione</b>	€ 9.406,20	€ 9.406,20	€ 0,00	57	BASSA
20	<b>CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA IN FUNZIONE DI DESTINAZIONE TURISTICA</b>	<b>Iniziative di promozione turistica di interesse metropolitano</b>	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 0,00	-	-
<b>TOTALI</b>			<b>€ 554.653,08</b>	<b>€ 509.651,40</b>	<b>€ 5.001,68</b>		

## MODENA

### 1) UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO - Frignano Experience: Vivi, scopri, assapora

P.G. n. 39623/2023

Integrazioni P.G. n. 40098/2023

Integrazioni P.G. n. 42446/2023

#### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Fanano
2. Comune di Fiumalbo
3. Comune di Lama Mocogno
4. Comune di Montecreto
5. Comune di Pavullo
6. Comune di Pievepelago
7. Comune di Polinago
8. Comune di Riolunato
9. Comune di Serramazzone
10. Comune di Sestola

#### DESCRIZIONE SINTETICA

L'obiettivo primario del progetto è quello di qualificare l'offerta turistica in un assetto organico di sistema territoriale: il Frignano deve presentarsi come un unico territorio che promuova e valorizzi l'offerta turistica, rilanciando e rafforzando la propria immagine attraverso specificità ed eccellenze tipiche dell'Appennino.

Gli obiettivi che sono stati posti volgono a valorizzare le attrazioni turistiche proprie del Frignano sia sotto un profilo culturale, naturalistico che artigianale con l'intento primario di far conoscere ai turisti le peculiarità del territorio al fine di poter attrarre visitatori e far crescere l'economia. Una tale obiettivo può essere raggiunto attraverso la progettazione e la realizzazione della promozione del territorio, di eventi volti a promuovere le eccellenze e la messa a punto degli itinerari turistici presenti.

Oltre a dare un'immagine omogenea di un territorio, il secondo obiettivo del progetto prevede l'azione sinergica e la promozione di settori quali Cultura, Artigianato e Turismo, i tre fattori di punta per aumentare l'attrattività dei luoghi attraverso la valorizzazione dell'ingente patrimonio storico culturale. Dare risalto infatti allo straordinario patrimonio culturale, favorire lo sviluppo di attività, eventi ed esperienze legate alle tipicità e tradizioni di un luogo, investendo sulla comunicazione, specie sui canali digitali, appaiono azioni capaci di stimolare nuovi flussi di turismo disposti a permanere più a lungo in un luogo che si è organizzato per proporre una offerta appositamente strutturata al fine di elevare la permanenza media.

Gli obiettivi generali si riassumono quindi come segue:

- presentare il Frignano come un territorio coeso ed omogeneo;
- incrementare progetti ed eventi attraverso la valorizzazione di tradizioni e tipicità del luogo;
- valorizzare il patrimonio naturalistico e culturale mediante itinerari suggestivi, nuove modalità di visita e scoperta con tecnologie immersive;
- formulare offerte diversificate per pubblici selezionati, specie composti da giovani generazioni e/o persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive;
- migliorare la presenza web della destinazione Frignano e delle sue linee di prodotto per il turismo;
- promuovere con maggiore efficacia destinazione e prodotti attraverso i diversi canali digitali (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok);

Le linee prioritarie di intervento individuate per raggiungere tali obiettivi sono:

- Creazione di un calendario di eventi di animazione turistica-culturale sinergica con territorio;

- Progettazione di itinerari di scoperta del patrimonio artistico del luogo, che consentano anche la possibilità di shopping di qualità (prodotti tipici del territorio, artigianato artistico, ecc.);
- Miglioramento e implementazione della strategia dell'attuale presenza web dell'offerta turistica e culturale del Frignano per assicurare uno storytelling innovativo del territorio, del patrimonio artistico e architettonico e sulla possibilità di praticare attività outdoor in natura nel vasto territorio (cicloturismo, trekking, ecc.). Una particolare attenzione sarà riservata alla progettazione e produzione di contenuti (testi, foto, video, ecc.) coerenti con gli obiettivi di comunicazione anche realizzati con il drone.
- Pianificazione delle azioni di comunicazione e promozione sui target di domanda strategici per assicurare una maggiore efficacia nell'attrarre flussi aggiuntivi di turismo.

Tutti gli interventi sono coordinati tra loro per assicurare:

- l'organizzazione, in primo luogo, di una serie di offerte alla domanda di turismo culturale e di turismo lento basate sulla predisposizione di un calendario di eventi capaci di attirare flussi aggiuntivi di turisti soggiornanti e sulla promozione di itinerari già esistenti che valorizzino luoghi meno frequentati ma ricchi di storia e peculiarità sia naturalistiche sia legate all'enogastronomia;
- la promozione delle nuove offerte e, più in generale, delle diverse linee di prodotto espresse dal sistema territoriale di offerta. Questo obiettivo prevede di intervenire sugli strumenti di comunicazione e promozione a disposizione dell'Unione dei Comuni per assicurare una più efficace presenza sul web;
- la produzione di materiali promozionali tradizionali (locandine e depliant). Il tutto supportato da investimenti promo-pubblicitari sul web.

## **AZIONI**

### 1. "BUON APPENNINO FESTIVAL: sapori, tradizioni e sentieri del Frignano"

Realizzazione di un cartellone unico di eventi incentrati sulla cultura, sulla gastronomia, sulle tradizioni e tipicità del territorio del Frignano che consenta la valorizzazione dell'immenso patrimonio storico e culturale del luogo. Durante il corso del 2024 saranno organizzati eventi incentrati principalmente sulla gastronomia e prodotti tipici che consentano anche la valorizzazione della cultura e delle tradizioni del vasto territorio del Frignano. In particolare sarà creato un cartellone condiviso di eventi che comprenderà gli appuntamenti a tema enogastronomico-culturale.

### 2. PERCORSO A TAPPE

Creazione di un percorso a tappe nell'ambito del "Buon Appennino Festival". Nel percorso a tappe saranno valorizzati degli itinerari, (uno per ogni comune) già presenti sul territorio, che siano adatti anche a chi ha delle disabilità motorie, sensoriali e cognitive. Questi percorsi saranno poi inseriti in un cartellone unico che creerà un vero e proprio itinerario a tappe, mappato tramite gpx o codice QR e sarà messo a disposizione all'interno di una pagina web in modo che tutte le tappe possano essere fruibili anche durante l'anno senza essere vincolati a periodi specifici. Questa azione permetterà anche una promozione del territorio destagionalizzata, non legata per forza di cose a eventi o appuntamenti specifici, ma permetterà al turista di fruire delle bellezze del territorio quando più gli aggrada.

### 3. AZIONI DI COMUNICAZIONE E RAFFORZAMENTO SOCIAL MEDIA STRATEGY

Prosegue la gestione delle pagine social di InAppenninoModenese (Instagram, Facebook, TikTok) mantenendo attiva la community creata, rilasciando aggiornamenti costanti su eventi ed iniziative, promuovendo le attività organizzate e promosse da tutti i comuni. Le pagine social continueranno ad essere quindi non solo strumento di comunicazione e informazione (con risposte puntuali) ma anche di promozione del territorio per chi non lo conosce. L'attività di web content si esplicherà principalmente nella redazione e ottimizzazione di contenuti e news. Le attività di web content saranno dirette al sito [www.inappenninomodenese.com](http://www.inappenninomodenese.com) portale di promozione dei comuni che aderiscono alla convenzione Sirt e unico canale riconosciuto dalla regione. L'attività prevede l'inserimento e il caricamento degli eventi segnalati dai comuni e di quelli meritevoli di promozione

individuati con altri canali. Il caricamento online comprende la scrittura del testo descrittivo, la compilazione della parte SEO, meta description e di un'immagine che sia compatibile con il sito e con i vari canali di distribuzione rendendo la pagina perfettamente compatibile con la navigazione e ottimizzata per i motori di ricerca. Oltre agli eventi si procederà al caricamento di itinerari, al completamento e revisione delle sezioni e schede che lo richiedono (sport, arte e cultura etc) o a creazione di nuove categorie (una dedicata alle guide del territorio).

**4. ULTERIORI AZIONI DI COMUNICAZIONE**

Creazione e gestione dei canali Telegram e Whatsapp di InAppenninoModenese. I canali servono per aumentare gli strumenti di comunicazione e la capillarità delle informazioni. Servirà per tenere aggiornati su eventi e news, per rilanciare articoli e pagine del sito internet.

**5. POTENZIAMENTO DEL CANALE TIK TOK**

Il canale sulla piattaforma di TikTok @Inappenninomodense è stato creato a Dicembre 2022 e conta attualmente 220 followers. Poiché la piattaforma è in espansione e risulta uno dei Social Network con più ampia evoluzione, il 2024 sarà l'anno in cui verranno incentrate le azioni sul suo sviluppo in coerenza con la redazione locale di riferimento "Appennino Modenese" di cui l'ufficio è gestore. La popolarità di TikTok ha spinto le altre piattaforme social ad abbracciare il format del video breve, dati alla mano confermano che nel 2023 l'83% degli utenti di TikTok hanno pubblicato almeno un video sulla piattaforma. Inoltre il 60% degli utenti di TikTok proviene dalla Generazione Z (di età compresa tra 11 e 26 anni), mentre i Millennial costituiscono circa il 35%, secondo i dati aggiornati di quest'anno, motivo per il quale si è deciso di investire su questo tipo di canale promozionale: attirare un pubblico giovane significa attirare gli adulti di domani.

**6. PROMOZIONE E MESSA A DISPOSIZIONE DEL TERRITORIO TURISTICO DI MATERIALE FOTO E VIDEO**

Ampliamento dell'archivio foto e video dei comuni dell'Appennino Modenese, delle principali attrazioni e di panorami in grado di mostrare e promuovere le varie stagioni del territorio. Le foto e i video saranno utilizzate ad uso social ma permetteranno anche un archivio da poter condividere con la destinazione Modena-Bologna e avere materiale utile per la promozione dell'Appennino. L'attività descritta prevede lo scatto delle foto e i video e la modifica degli stessi per una condivisione ottimale. I video saranno realizzati anche tramite l'utilizzo di drone.

**AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

L'ambito territoriale interessato dal progetto è quello dei 10 comuni facenti parte dell'Unione dei Comuni del Frignano e che comprende i comuni di: Sestola, Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Pavullo, Serramazzone e Polinago.

**PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Il periodo di svolgimento delle azioni previste è quello che va dal 1° Gennaio 2024 al 31 Dicembre 2024.

**CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
FESTIVAL DEL FRIGNANO	

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 40.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 40.000,00

**PUNTEGGIO:** 81

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

## 2) COMUNE DI MARANELLO PER STTI - Maranelloplus: Fast cars, slow life

P.G. n. 39664/2023  
Integrazioni P.G. n. 39999/2023

### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Fiorano Modenese
2. Comune di Formigine
3. Comune di Frassinoro
4. Comune di Montefiorino
5. Comune di Palagano
6. Comune di Prignano s/S

### DESCRIZIONE SINTETICA

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale (STTI), nell'attuale compagine formata dai Comuni di Maranello, Fiorano Modenese, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano s/S., è stato costituito nel febbraio 2020 attraverso la stipula di una convenzione, che è stata rinnovata nel 2023 per la durata di 5 anni (Rep. n. 6909 dell'11/05/2023). Nel mese di ottobre 2023, come assentito dalla stessa convenzione, Terme della Salvarola ha rinnovato l'Accordo con il Sistema Turistico come azienda privata.

Il territorio dei comuni partecipanti al Progetto copre una superficie complessiva di 386,35 km quadrati e una popolazione di 78.287 abitanti.

La compagine dei Comuni che si sono costituiti in Sistema Turistico Territoriale Intercomunale si orienta in primo luogo alla promozione turistica del territorio di riferimento, che comprende i Comuni della fascia pedemontana e quelli dell'Appennino, proponendosi di collaborare in sinergia con il sistema degli IAT regionali e di partecipare alle politiche del turismo con lo scopo di contribuire a rafforzare l'offerta turistica dell'intera Regione.

L'essenza e le potenzialità di questo territorio sono ben rappresentate dal claim "fast cars, slow life", che si legge nel sito turistico "maranelloplus.com", poichè già nella vigenza della precedente convenzione, la promozione turistica è stata organizzata per temi o "experiences" che caratterizzano il territorio dei 7 Comuni: motori, storia, cultura, design, arte, ceramica, enogastronomia, eventi, turismo slow, turismo religioso, relax, turismo sportivo. Si tratta di un'offerta ricca, adatta ad utenti singoli o famiglie, messa a regime dalla rete di Comuni per trasformare il territorio in destinazione turistica.

Nel 2024 il Sistema turistico intende organizzare in modo organico e coordinato iniziative sovracomunali in sinergia con quanto previsto dal PTPL 2024.

Nel 2024 seguendo le priorità di azione, di cui la Provincia di Modena è capofila, il Sistema Turistico si concentrerà su iniziative che potenzino i soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio attraverso una gestione del calendario eventi che favorisca la promozione anticipata degli eventi maggiormente attrattivi e, attraverso il portale maranelloplus, offrire la funzione di prenotazione.

Partendo dal presupposto che l'attrattore del territorio è la Ferrari e il suo Museo, verranno organizzati 4 Educational tour rivolti alla stampa di settore, ai blogger e agli influencer che si occupano di viaggi e turismo. Lo scopo è la redazione di articoli che potranno offrire spunti di viaggio: scorci inusuali, sapori genuini, percorsi naturalistici, tracce di storia e memoria utili a costruire un itinerario più articolato e duraturo. Dalle Salse di Nirano ai castelli, dai luoghi della resistenza alle colline, quello cui vorremmo puntare nella costruzione dell'esperienza di viaggio e scoperta per i partecipanti è andare "Oltre i luoghi Comuni", come recita il claim scelto per la campagna di comunicazione del Sistema Turistico, che verrà sviluppato su vari strumenti comunicativi, rivelando aspetti nascosti e sorprendenti di quella che è molto più della Terra dei Motori.

L'esperienza diretta di un territorio è il modo migliore per farlo conoscere: respirare l'atmosfera, visitare in prima persona le bellezze naturalistiche, paesaggistiche, architettoniche, provare prodotti e servizi contribuisce come nessun altro racconto - per quanto esso sia fondamentale in ogni strategia di marketing territoriale - a comprendere fino in fondo il fascino di un luogo, le sue peculiarità e la sua originalità. Un'originalità che diventa elemento preponderante quando a essere visitati sono territori normalmente al di fuori delle rotte turistiche più conosciute: negli ultimi anni si è imposto in maniera sempre più preponderante un certo gusto per le destinazioni più insolite, sia per sfuggire al turismo di massa e ai suoi inevitabili limiti - costi elevati, presenza massiccia di persone, disagi di varia natura - sia per esplorare tutte le potenzialità di un territorio, come quello italiano, inesauribile fonte di sorprese e scoperte.

Gli educational tour si svolgeranno: in due distinti momenti dell'anno, primavera per la promozione delle escursioni ed autunno (foliage) e in occasione di 2 eventi specifici.

In considerazione dell'attrattività di castelli e borghi diffusi sul territorio, produzioni locali per gli amanti dell'Outdoor Active&Slow e favorire il cicloturismo a livello sovra-provinciale si potrà svolgere un evento in relazione all'inaugurazione della ciclovia del Mito prevista nella primavera del 2024 e, nell'occasione, si organizzerà un press tour con la valorizzazione di esperienze lungo il percorso.

Il territorio è inoltre attraversato da alcuni dei cammini più percorsi dagli amanti di questa attività outdoor: Via Vandelli, Via Germanica Imperiale, Cammino di Santa Giulia. La promozione e valorizzazione di questi cammini sarà sostenuta dal Sistema Turistico in coordinamento con la Provincia e con le associazioni che ne sostengono la promozione. Per la promozione dei cammini si organizzerà un press tour specifico.

Dalla pubblicazione degli articoli sulle varie testate e blog ci si attende una crescita dell'attenzione verso il territorio e, allo scopo di aumentare il flusso di turisti, dal sito maranelloplus si potranno prenotare esperienze sia di breve durata che di più giorni, rivolte sia a gruppi che a turisti individuali e gruppi, relative al sistema dei parchi, soggiorni ed esperienze termali. Il Sistema Turistico, tramite il sito maranelloplus, offrirà esperienze alle aziende del territorio che potranno avvalersi dell'offerta di esperienze per la promozione incentive e team building in appennino integrate a visite alle aziende agricole (acetaie, caseifici, prosciuttifici, cantine), degustazioni, corsi di cucina, incontri professionali, ristorazione di qualità, percorsi sensoriali ed esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione. Strumento essenziale per la promozione è il costante reperimento delle informazioni e l'aggiornamento del calendario eventi nell'apposita sezione del sito maranelloplus e la promozione digitale attraverso i canali social collegati al sito in stretta collaborazione fra la rete redazionale diffusa nei comuni aderenti, i contatti con le pro loco, gli stessi ristoratori e le aziende agricole del territorio.

Uno dei temi forti dell'offerta turistica dei territori del Sistema Turistico è Natura e benessere.

Per lo speciale richiamo alla Terra dei Motori un evento in particolare interesserà il territorio di almeno 3 comuni nella primavera del 2024: la seconda edizione della Italian Motor Week che vede interessati 40 comuni italiani di cui 5 sono nella provincia di Modena (Modena, Castelfranco E. Maranello, Fiorano Modenese e San Cesario) si svolgerà in Primavera dal 27 aprile al 5 maggio e prevederà, oltre ad altre iniziative, tour guidati sul territorio e visite alle aziende. Per questo evento si organizzeranno esperienze di trekking urbano con visite guidate al territorio e ai punti di interesse legati al tema motori.

Si confermano tutte le collaborazioni del Sistema Turistico ad esempio con Salvarola Terme per l'organizzazione e la promozione del Concours d'elegance; si ospiteranno iniziative come la Milano-Taranto o il passaggio della Mille Miglia. Infine proseguirà e verrà promossa la visione dei Gran Premi di Formula 1 presso l'auditorium Ferrari di Maranello. Inoltre per il turismo sportivo verrà potenziata e messa a sistema la rete delle strutture in grado di ospitare eventi, tornei, competizioni internazionali e, per il turismo congressuale, castelli e luoghi dei motori.

## **AZIONI**

### **1. Organizzazione nr. 4 Educational Tour**

1.1 A Maggio e Ottobre: educational tour nei territori dei 7 comuni. La durata del tour è di tre giornate (due pernottamenti), comprensivi dei viaggi di andata e ritorno. La schedule delle singole giornate dovrà combinare più elementi, che possano intercettare i gusti e gli ambiti di competenza dei diversi giornalisti e creator coinvolti (es. itinerari naturalistici, esperienze wellness, esperienze enogastronomiche, itinerari artistici, ecc). I partecipanti al tour saranno un totale di 8-10 persone;

1.2 Un educational tour in occasione dell'inaugurazione della ciclovia del Mito con durata di 2 giorni e 1 notte, comprensivi dei viaggi di andata e ritorno, partecipazione di 8-10 persone che potranno visitare i luoghi di interesse presenti sul percorso che collega Modena a Maranello in bicicletta, proseguendo con la rete ciclabile fino a Fiorano Modenese.

1.3 Un Educational Tour nel periodo maggio/giugno dedicato alla promozione dei cammini. Insieme alle Associazioni Via Vandelli, Via Germanico Imperiale e Cammino di Santa Giulia si studieranno itinerari specifici per promuovere la rete dei cammini presenti nel territorio di riferimento. La durata del Press tour potrà essere di 3 giorni e 2 notti, comprensivi di viaggi andata e ritorno e con la partecipazione di 8-10 persone.

2. Iniziativa di trekking urbano in occasione della Motor week prevista dal 27 aprile al 5 maggio;

3. presenza del personale IAT-R in modalità IAT Mobile in occasione di 4 iniziative dei comuni di montagna e di 2 iniziative dei comuni di Fiorano Modenese e Formigine;

#### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Tutti i comuni del Sistema Turistico e, per il press tour dedicato all'inaugurazione della Ciclovia del Mito, anche il territorio del Comune di Modena.

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

Da Aprile a Ottobre 2024

#### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
nr. 4 Press Tour	nr. articoli pubblicati
nr.2 trekking urbani in occasione della Italian Motor WeeK nei territori di Maranello e Fiorano Modenese	nr. visitatori accompagnati
nr. 6 iniziative di IAT Mobile	nr. contatti

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 39.260,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 39.260,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

### 3) COMUNE DI CARPI - Carpi Tour, Accessibilità digitale per tutti

P.G. n. 39719/2023  
Integrazioni P.G. n. 40739/2023

#### ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

-

#### DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto Carpi tour è finalizzato a definire i contenuti di una user experience che consente ai turisti di accedere alla visita del Centro storico di Carpi, trovando servizi ed emergenze direttamente sui propri devices, costantemente aggiornati con i contenuti degli eventi di valorizzazione e promo-commercializzazione del territorio.

L'utente arriva nei luoghi dove sono posizionate le targhe, che segnalano la presenza della piattaforma e procede al download ed all'installazione di Artplace; in un primo momento può consultare la mappa dinamica con tutti i punti di interesse digitalizzati del centro storico di Carpi; grazie alla funzione "naviga" può costruire il percorso più veloce per raggiungere il luogo di interesse; seguendo le indicazioni del percorso di Artplace potrà fruire di informazioni extra sui punti d'interesse dotati di beacon con un approccio push; arrivato al luogo di interesse potrà ricevere contenuti multimediali aggiuntivi e le informazioni necessarie per effettuare la visita; terminata la visita, il turista potrà ricercare tramite Artplace ulteriori luoghi di visita oppure scoprire gli esercizi commerciali di prodotti tipici presenti nella piattaforma.

#### ELENCO PRINCIPALI PUNTI D'INTERESSE

1. Stazione ferroviaria
2. Piazzale Dante Alighieri
3. Corso Cabassi
4. Chiesa e Convento di San Rocco
5. Cattedrale dell'Assunta, il Duomo di Carpi
6. Corso Fanti
7. Monumento equestre a "Manfredo Fanti"
8. Parco delle Rimembranze
9. Piazza dei Martiri
10. Portico Lungo
11. Il Castello dei ragazzi
12. Palazzo dei Pio, torre dell'orologio
13. Palazzo dei Pio, cortile d'onore
14. Museo del Palazzo dei Pio
15. Palazzo dei Pio, torrione degli Spagnoli
16. Museo al Deportato politico e razziale
17. Teatro comunale
18. Acetaia comunale
19. Biblioteca multimediale "Arturo Loria"
20. Piazzale Re Astolfo
21. Pieve della Sagra
22. Giardini del Palazzo dei Pio
23. Portico del grano
24. Ex Sinagoga
25. Tempio di San Nicolò

- 26. Piazza Garibaldi
- 27. Corso Roma
- 28. Piazzale Ramazzini
- 29. Palazzo Foresti
- 30. Chiesa di San Francesco

La tecnologia utilizzata consente di inserire e gestire in totale autonomia ed in tempo reale contenuti testuali, fotografici, audio e video in italiano e fino a 8 lingue straniere.

Tramite il medesimo link è anche possibile monitorare le statistiche riguardanti i tempi di permanenza e gli spostamenti dei visitatori sul territorio.

#### **AZIONI**

1. Ideazione e realizzazione Podcast audioguida per descrivere, raccontare e alimentare i punti d'interesse, utilizzabili anche su differenti canali di promozione e diversificati per la tipologia di target che si vuole raggiungere
2. Ideazione e realizzazione contenuti video sottotitolati per descrivere, raccontare e alimentare i punti d'interesse, utilizzabili anche su differenti canali di promozione e diversificati per la tipologia di target che si vuole raggiungere.
3. Editing testi
4. Traduzione in inglese dei contenuti editati

#### **AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO**

Territorio del Comune di Carpi

#### **PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE**

1° gennaio – 31 dicembre 2024

#### **CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI**

<b>ELENCO AZIONI DI PROGETTO</b>	<b>MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI</b>
Realizzazione contenuti digitali	Numero di accessi

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 39.284,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 39.284,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

#### **4) COMUNE DI MODENA - Piano di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale**

P.G. n. 39739/2023  
Integrazione P.G. n. 42143/2023

#### **ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO**

1. Comune di Sassuolo
2. Comune di Pavullo
3. Comune di Mirandola

#### **DESCRIZIONE SINTETICA**

Il progetto prevede la realizzazione di un piano di promozione attraverso un set di azioni strategiche, creative e di PR/Ufficio Stampa, orientate a dare continuità e valorizzare i progetti di marketing e comunicazione già realizzate in questi ultimi anni dall'Amministrazione Comunale a favore dell'intero territorio provinciale.

Il progetto ha come obiettivo strategico il rafforzamento dell'immagine turistica del territorio "Modena" in sinergia e in supporto alle azioni che vengono attuate dalla DMO del territorio modenese in coerenza con gli obiettivi in materia di prodotti e mercati fissati dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale, nonché con la strategia contenuta nel Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) 2024.

Il piano di Promozione avrà la finalità di valorizzazione le esperienze che si possono vivere nel territorio collegate ai relativi prodotti turistici, favorendone una narrazione autentica che farà emergere le eccellenze del territorio.

Il progetto ha l'obiettivo di promuovere le seguenti linee di prodotto

- City Break
- Cultura
- Outdoor Active & Slow
- Natura e benessere
- Food&Wine
- Special interest - Motori
- Sport

Tutta la strategia sarà finalizzata allo sviluppo orizzontale dell'offerta partendo dalla città quale "Hub" di accesso turistico e connettendo l'offerta e le esperienze con il territorio provinciale su linee tematiche che possano generare soggiorni più lunghi, con una maggiore ricaduta dell'economia turistica e sul suo indotto. In questa direzione sarà posta particolare attenzione ad accrescere la consapevolezza negli operatori locali rispetto alle potenzialità turistiche del territorio.

Il piano di promozione turistica della città di Modena e del territorio modenese metterà al centro il portale turistico [www.visitmodena.it](http://www.visitmodena.it) e prevederà una campagna redazionale sui social del sito.

Infatti il portale [visitmodena.it](http://visitmodena.it) ha efficacemente ampliato l'ambito di promozione a tutto il territorio provinciale in una visione più ampia del brand di destinazione ed anche in riferimento alle progettualità del Territorio Turistico Bologna - Modena.

Il mercato di riferimento sarà principalmente l'Italia, con l'obiettivo di intercettare nuovi bacini di domanda prospettica, potenzialmente sensibile nei confronti della destinazione.

Nel merito gli obiettivi specifici sono i seguenti:

- potenziare l'immagine del brand turistico di Modena, inteso come territorio, e dei suoi prodotti identitari sul mercato italiano;
- consolidare la collaborazione tra IAT del territorio e i principali poli turistici e qualificare le relazioni fiduciarie con lo IAT-R di Modena;

- coordinare strategicamente l'informazione e la promozione con le azioni di promo-commercializzazione di luoghi, esperienze, prodotti, sistema della ricettività e ristorazione.

Il progetto sarà attuato, come avvenuto per le altre campagne, in stretto coordinamento con la DMO del territorio Provincia Modena.

## AZIONI

1. Definizione della strategia di comunicazione multiplatforma e conseguente pianificazione mezzi incentrata sull'analisi particolareggiata dei vari segmenti turistici target prescelti (età, interessi, elementi di profilo), definizione del concept generale di comunicazione e declinazione operativa per i differenti target obiettivo, delle dinamiche di coinvolgimento dei differenti pubblici, degli strumenti utilizzati (ad esempio, content marketing, online advertising, social media marketing, digital PR). La strategia di comunicazione prevederà azioni di affinamento e ridefinizione degli strumenti del piano in funzione dell'analisi dei risultati e dell'evoluzione delle dinamiche turistiche.
2. Realizzazione del piano attraverso la programmazione di inserzioni, pubblicazioni e campagne di advertising nei diversi canali e mezzi di comunicazione online e offline. Tali attività verranno affiancate da una attività di ufficio stampa per organizzazione di una conferenza stampa di lancio della campagna e diffusione di comunicati stampa durante lo svolgimento.
3. Monitoraggio: individuazione di un serie di indicatori di valutazione; definizione della periodicità delle misurazioni.

## AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO

L'ambito territoriale interessato è tutto il territorio provinciale: area nord, area collinare e area montana.

## PERIODO DI SVOLGIMENTO DELLE AZIONI PREVISTE

Primavera 2024 – Autunno 2024

## CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Definizione della strategia e del concept creativo.	Corretta definizione di KPI sui quali si è definita la strategia per la generazione di nuove opportunità.
Realizzazione del piano	Analisi con cadenza quindicinale dell'andamento della presenza online e delle performance stabilite, monitorando in modo proattivo il raggiungimento degli obiettivi strategici.
Monitoraggio.	Controllo continuativo degli indicatori individuati nella definizione della strategia con reportistica mensile.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 40.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 40.000,00

**PUNTEGGIO:** 98

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

<b>PTPL 2024 - AMBITO 2 “SERVIZI TURISTICI DI BASE INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE” MODENA</b>							
<b>Richiedente</b>		<b>Progetto</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>Spese ammissibili</b>	<b>Spese non ammissibili</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
<b>1</b>	<b>UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO</b>	<b>Frignano Experience: Vivi, Scopri, Assapora</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	81	ALTA
<b>2</b>	<b>COMUNE DI MARANELLO PER STTI</b>	<b>Maranelloplus: fast cars, slow life</b>	€ 39.260,00	€ 39.260,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>3</b>	<b>COMUNE DI CARPI</b>	<b>Carpi tour, accessibilità digitale per tutti</b>	€ 39.284,00	€ 39.284,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>4</b>	<b>COMUNE DI MODENA</b>	<b>Piano di comunicazione per rafforzare l'identità e l'attrattività turistica di Modena e del territorio provinciale</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	98	ALTA
<b>TOTALI</b>			<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 0,00</b>		