

## **CONSIGLIO DELLA CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA**

### **I convocazione in modalità videoconferenza**

**Seduta pubblica del 20/12/2023**

Presiede la CONSIGLIERA METROPOLITANA ACCORSI SARA

Per la trattazione dell'oggetto sotto specificato sono presenti i Consiglieri:

<b>Accorsi Sara</b>	<b>Larghetti Simona</b>
<b>Bassi Emanuele</b>	<b>Mantovani Dario</b>
<b>Bittini Loretta</b>	<b>Panzacchi Barbara</b>
<b>Carapia Simone</b>	<b>Polazzi Mattia</b>
<b>Cima Franco</b>	<b>Ruscigno Daniele</b>
<b>Crescimbeni Paolo</b>	<b>Veronesi Giampiero</b>
<b>Fabbri Maurizio*</b>	

Sono assenti giustificati i Consiglieri:

Lepore Matteo (Sindaco metropolitano)

Baccilieri Diego

Bertoni Angela

Celli Davide

Panieri Marco

Santoni Alessandro

Presenti n. 13

Scrutatori: Bassi Emanuele, Carapia Simone, Larghetti Simona.

Partecipa la SEGRETARIA GENERALE RIVA MARIA \*

(\*) presente presso la sede della Città metropolitana - Via Zamboni, 13 - Bologna, collegato in videoconferenza.

AREA SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE  
SERVIZIO TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA UFFICIO COMUNE TURISMO

**Oggetto: PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA: APPROVAZIONE DEL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L.) 2024.**

**IL CONSIGLIO METROPOLITANO**

**Decisione**

- 1) *Approva* il Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.) del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2024, di cui agli allegati 1), 2), 3) e 4), parti integranti e sostanziali della presente deliberazione;
- 2) *Dà atto* che il Programma di cui al punto 1) è stato definito sulla base dei criteri previsti dall'Avviso pubblico<sup>1</sup> e formulato<sup>2</sup> dagli organismi del Territorio Turistico Bologna-Modena<sup>3</sup>;
- 3) *Dà atto* che, come richiesto dalla D.G.R. nr. 1372/2021, il Programma è stato suddiviso in due graduatorie di ammissione a finanziamento, che afferiscono rispettivamente ai soggetti beneficiari del territorio della Città metropolitana e del territorio della Provincia di Modena, come da allegati 3) e 4) alla presente deliberazione;
- 4) *Dà atto* che la Provincia di Modena approverà per quanto di competenza con proprio apposito atto il Programma in allegato;
- 5) *Dà atto* che il Programma sarà trasmesso alla Regione Emilia-Romagna per approvazione e successivo finanziamento, tramite risorse di natura corrente, con apposita Delibera di Giunta regionale, ai sensi della L.R. nr. 4/2016;
- 6) *Dà atto* che il presente provvedimento comporta riflessi diretti sulla situazione economico - finanziaria dell'Ente, come meglio precisato ai successivi punti 7) e 8);
- 7) *Dà atto* che per quanto concerne esclusivamente il Programma P.T.P.L. 2024 afferente il territorio della Città metropolitana di Bologna si prevedono interventi di spesa ammessa per un valore complessivo di € 1.509.736,29 (allegato 3), come da prospetto che segue:

---

<sup>1</sup> Approvato con atto del Sindaco metropolitano nr. 244/2023.

<sup>2</sup> Si vedano gli artt. 4 e 5 del Regolamento per lo svolgimento e l'organizzazione della funzione di Destinazione turistica ed i regolamenti di funzionamento del Tavolo di Concertazione e della Cabina di Regia, approvati con atto del Sindaco metropolitano nr. 259 del 29 settembre 2021 e ss.mm.ii.

<sup>3</sup> Si vedano il verbale della seduta dell'11 dicembre 2023 del Tavolo di Concertazione, in atti al PG. nr. 74561/2023 e l'avviso di consultazione scritta della Cabina di Regia P.G. nr. 73179/2023, le cui risultanze sono agli atti al P.G. nr. 74557 e 74559/2023.

<b>PTPL 2024 - Città metropolitana di Bologna</b>	<b>Spesa ammessa</b>
<b>Totale Ambito 1</b>	<b>€ 1.000.084,89</b>
“SERVIZI TURISTICI DI BASE DI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”	€ 989.584,89
“ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO”	€ 10.500,00
<b>Totale Ambito 2</b>	<b>€ 509.651,40</b>
“INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE”	
<b>TOTALE</b>	<b>€ 1.509.736,29</b>

8) **Dà atto** che, a seguito della approvazione della Delibera di Giunta della Regione Emilia-Romagna di assegnazione delle risorse finalizzate al cofinanziamento del Programma, gli importi oggetto di concessione di contributo, afferenti ai soggetti beneficiari del territorio metropolitano, verranno accertati ed impegnati, per pari importo, previo adeguamento - se necessario - degli strumenti di programmazione dell'Ente, sul CdC 149 e a valere sui seguenti capitoli della annualità 2024 del bilancio di previsione 2024-2026 della Città metropolitana di Bologna, attualmente in iter di approvazione:

- parte entrata: Cap. 204672 “Trasferimenti correnti da Amministrazioni Locali – CdC 149”;
- parte spesa: Cap. 106624 “Altre spese per servizi non sanitari – CdC 149”; Cap. 106627 “Trasferimenti correnti ad Amministrazioni Locali – CdC 149”; Cap. 106628 “Trasferimenti correnti ad Istituzioni Sociali Private – CdC 149”; Cap. 106688 “Trasferimenti correnti ad altre imprese – CdC 149”;

9) **Conferisce** al presente atto l'immediata eseguibilità al fine di assicurare la trasmissione alla Regione Emilia-Romagna, nell'ambito del Programma annuale delle attività turistiche 2024, del Programma Turistico di Promozione Locale (P.T.P.L.) 2024 entro il 31 dicembre 2023<sup>4</sup>.

### **Motivazione**

La L.R. n. 4 del 25 marzo 2016 “*Ordinamento turistico regionale - Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica. Abrogazione della legge regionale 4 marzo 1998, n. 7*” ha previsto l'istituzione delle Destinazioni turistiche, stabilendone i compiti e le funzioni. La Regione Emilia-Romagna, in considerazione della funzione fondamentale di promozione e coordinamento dello sviluppo economico prevista per le città metropolitane all'art. 1, comma 44, lett. e) della L. 7 Aprile 2014 n. 56, ha riconosciuto alla Città metropolitana di Bologna - con delibera di Giunta n. 2175 del 13/12/2016 - un ruolo conforme a tale funzione, identificandola come Destinazione turistica del territorio metropolitano.

<sup>4</sup> Si veda la comunicazione in atti al PG. nr. 64174/2023.

Successivamente, con L.R. n. 8/2021 *“Disposizioni collegate alla legge di assestamento e prima variazione generale al Bilancio di previsione della Regione Emilia-Romagna 2021-2023”*, la Regione ha modificato la citata L.R. n. 4/2016, prevedendo la facoltà per la Città metropolitana in veste di Destinazione turistica e per la Provincia di Modena, di procedere alla valorizzazione di un Territorio Turistico unitario, al fine di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione turistica nell’ambito del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.), nonché il Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.). È dunque maturata, per la Città metropolitana di Bologna, in funzione di Destinazione Turistica, e per la Provincia di Modena, la scelta strategica di dare attuazione al nuovo Territorio Turistico Bologna-Modena<sup>5</sup>, secondo le modalità previste dal nuovo art. 12 bis della L.R. n. 4/2016.

I criteri attuativi della nuova *governance* sono stati definiti dalla Regione Emilia-Romagna tramite la Delibera di Giunta regionale nr. 1371/2021 e il conseguente adeguamento per la Città metropolitana di Bologna è avvenuto mediante l’approvazione di alcune modifiche al Regolamento per lo svolgimento e l’organizzazione della funzione di Destinazione turistica, istituita presso la Città metropolitana<sup>6</sup>. Si è poi provveduto contestualmente all’aggiornamento e all’approvazione dei regolamenti che disciplinano la composizione e le modalità di funzionamento degli organismi di rappresentanza del Territorio Turistico Bologna-Modena, denominati Tavolo di concertazione e Cabina di Regia<sup>7</sup>.

Al fine di garantire la piena operatività al nuovo assetto, con Delibera di Giunta regionale n. 1372/2021, la Regione Emilia-Romagna ha aggiornato i criteri attuativi relativi alle modalità di elaborazione, presentazione e finanziamento dei Programmi Annuali delle Attività Turistiche delle Destinazioni turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Regione è poi intervenuta nuovamente, approvando ulteriori modifiche alla L.R. n. 4/2016<sup>8</sup>, al fine di adeguare il quadro normativo al nuovo art. 12 bis di istituzione del Territorio Turistico e ridefinire la struttura dei Programmi di attività con particolare riferimento all’art. 6, sostituito integralmente<sup>9</sup>.

---

<sup>5</sup> Si vedano le Deliberazioni del Consiglio metropolitano n. 34/2021 recante *“Adozione delle linee di indirizzo per l’avvio del percorso volto a definire un Territorio Turistico comprendente i territori della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena”* e l’atto della Provincia di Modena n. 148 del 28/09/2021 con il quale il Presidente ha disposto di attuare congiuntamente alla Città metropolitana di Bologna, in funzione di Destinazione turistica, i progetti di marketing e promozione turistica ai fini della valorizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena ai sensi dell’art. 12 bis della L.R. n. 4/2016 e ss.mm.ii.

<sup>6</sup> Si veda la deliberazione del Consiglio metropolitano nr. 37/2021 recante *“Approvazione delle modifiche al Regolamento per lo svolgimento e l’organizzazione della funzione di Destinazione turistica istituita presso la Città metropolitana ai sensi degli artt. 12 e 12 bis della L.R. 4/2016”* e ss.mm.ii. ed il citato atto del presidente della Provincia di Modena nr. 148 del 28/09/2021 e ss.mm.ii.

<sup>7</sup> Si veda l’atto del Sindaco metropolitano nr. 259 del 29 settembre 2021 e ss.mm.ii.

<sup>8</sup> Si veda la L.R. nr. 9 del 28 luglio 2022, recante *“Disposizione collegate alla legge di assestamento e prima variazione generale al bilancio di previsione della Regione Emilia-Romagna 2022-2024”*.

<sup>9</sup> Art. 6 L.R. 4/2016 (come sostituito dalla L.R. 9/2022) recante *“Programmi di attività delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna Modena”*: 1. In coerenza con quanto stabilito dall’articolo 12 bis, le Destinazioni Turistiche e il Territorio Turistico Bologna-Modena, sulla base delle modalità stabilite dalla Giunta regionale e anche al fine di implementare il sistema dei finanziamenti previsti dall’articolo 7, approvano la proposta dei Programmi di attività comprensivi dei: a) Progetti di marketing e promozione

In tale contesto, il Programma annuale delle attività turistiche del Territorio Turistico Bologna-Modena deve essere predisposto in coerenza con le indicazioni e gli obiettivi prefissati dalle Linee guida triennali regionali per la promo-commercializzazione turistica e contenere:

- a) un unico Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.), elaborato partendo dall'individuazione delle azioni che afferiscono i temi trasversali che interessano l'intero territorio di Bologna e di Modena;
- b) un Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.) unitario, basato su criteri di selezione omogenei e suddiviso in due linee di finanziamento che afferiscono rispettivamente ai soggetti beneficiari del territorio metropolitano e del territorio della Provincia di Modena, tenuto conto delle rispettive peculiarità territoriali.

In particolare, il P.T.P.L. si propone di cofinanziare un programma di interventi finalizzati da un lato a sviluppare i servizi turistici di base dei Comuni e Unioni di Comuni (Ambito 1), dall'altro a favorire l'attuazione di iniziative di promozione turistica di interesse locale per Comuni, Unioni e loro società e organismi operativi, enti pubblici, Pro Loco, Gruppi di azione locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori e associazioni del volontariato<sup>10</sup> (Ambito 2).

Con riferimento al riparto delle risorse, la D.G.R. n. 2188/2022<sup>11</sup> prevede che il Territorio Turistico Bologna-Modena:

- a) possa destinare al P.T.P.L. il budget massimo del 60% delle risorse regionali complessive disponibili per la realizzazione dei Programmi di attività di cui all'art. 6 della L.R. 4/2016;
- b) possa destinare all'Ambito 1 relativo ai servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni dei Comuni fino a un massimo del 50% del budget assegnato per il P.T.P.L.;
- c) debba utilizzare una percentuale di almeno il 15% per l'anno 2024 e il 30% per l'anno 2025 delle risorse finanziarie destinate all'Ambito 1 per finanziare le nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT Diffuso, IAT Digitale e piattaforme multimediali e Welcome Room);

---

*turistica in particolare per il mercato italiano; b) Programmi turistici di promozione locale. 2. I Progetti di marketing e promozione turistica costituiscono il Programma di promo-commercializzazione turistica per la valorizzazione dell'attrattività e dell'economia delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena. 3. Il Programma turistico di promozione locale è articolato in ambiti di attività e in particolare comprende: a) i servizi turistici di base dei comuni e delle unioni di comuni relativi all'accoglienza, all'animazione e all'intrattenimento turistico; b) le iniziative di promozione turistica d'interesse locale. 4. I programmi di attività delle Destinazioni Turistiche e del territorio Turistico Bologna-Modena sono approvati dalla Giunta regionale. 5. Ciascun Programma turistico di promozione locale indica i singoli progetti, anche di scala sovracomunale, ammissibili a contributo ed in particolare quelli presentati dai comuni e dalle unioni di comuni, da loro società e organismi operativi, da enti pubblici, nonché quelli presentati da Pro Loco, Gruppi di azione locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori ed associazioni del volontariato. 6. Le spese per la promozione, valorizzazione e promo-commercializzazione effettuate a favore delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena non hanno natura di spese di rappresentanza o di relazioni pubbliche.*

<sup>10</sup> La novella dell'art. 6 comma 5 della L.R. 4/2016 ha escluso dall'elenco dei potenziali soggetti beneficiari le associazioni di impresa.

<sup>11</sup> Recante "L.R. 4/2016 e ss.mm. art.13 - Approvazione dei criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento", successivamente modificata e integrata con DGR n. 1223 del 17/07/2023.

d) non possa assegnare per il finanziamento di ciascun intervento di cui all'Ambito 1 un contributo superiore alla percentuale massima del 50% dell'importo ammissibile.

Tutto ciò considerato, al fine di definire il P.T.P.L. per l'annualità 2024, con atto del Sindaco metropolitano nr. 244 del 10/10/2023 e determinazione della Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale della Provincia di Modena n. 1766 del 12/10/2023, è stato approvato un apposito avviso pubblico, con scadenza al 13 novembre 2023, volto ad individuare le iniziative e le progettualità di promozione turistica del territorio metropolitano e modenese.

Per quanto riguarda, in particolare, gli interventi a favore dei servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni di Comuni (Ambito 1), l'avviso pubblico per l'anno 2024 prosegue il percorso di riqualificazione della rete dell'informazione e accoglienza turistica, già avviato nella precedente programmazione, in applicazione dei nuovi criteri regionali, approvati con la citata D.G.R. n. 2188/2022 e fatti propri dal Territorio Turistico con atto del Sindaco metropolitano n. 177/2023 e con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 131/2023.

L'avviso pubblico recepisce infatti i criteri della riforma regionale, opportunamente configurati secondo il nuovo modello organizzativo che comprende oltre alla tipologia esistente degli Uffici IAT (IAT-Reservation se effettuano il servizio di prenotazione) anche nuove forme di punti informativi (Welcome room, IAT digitali e IAT diffusi), valorizzate dalla Regione tramite la previsione di una percentuale di budget dedicato di almeno il 15% delle risorse complessive assegnate per la realizzazione delle progettualità di Ambito 1.

L'avviso P.T.P.L. 2024 vede inoltre il consolidamento del requisito della valenza sovracomunale, ai fini dell'ammissibilità delle domande di contributo, dei progetti, già introdotto nell'avviso pubblico 2023, declinato con specifico riferimento all'Ambito 1 in maniera differenziata per Città metropolitana e Provincia di Modena nel rispetto delle diverse peculiarità territoriali.

Per quanto riguarda l'Ambito 2, relativo alle iniziative di promozione turistica di interesse locale, il Territorio Turistico ha valutato l'opportunità di incentivare, con riferimento alla programmazione 2024, progetti di promozione congiunta del territorio bolognese e modenese, con ricadute turistiche su entrambi i territori.

Alla scadenza del termine previsto dall'avviso pubblico, sono pervenute complessivamente nr. 45 istanze di contributo<sup>12</sup>, di cui nr. 33 (nr. 14 di Ambito 1 e nr. 19 di Ambito 2) per la Città metropolitana di Bologna e nr. 12 (nr. 8 di Ambito 1 e nr. 4 di Ambito 2) per la Provincia di Modena.

Alle proposte di ammissione a finanziamento di cui sopra si aggiunge nr. 1 progetto ad iniziativa diretta della Città metropolitana di Bologna denominato "*Iniziativa turistiche di interesse metropolitano*".

Conclusa la fase di istruttoria amministrativa relativa alla verifica dei requisiti di ammissibilità delle

---

<sup>12</sup> Come da documentazione in atti ai fascicoli del titolare 18.02.02.

domande pervenute<sup>13</sup>, svolta dagli uffici competenti dei due enti, ciascuno per il proprio ambito di competenza, è stato nominato<sup>14</sup> ai sensi dell'art. 5 dell'avviso un Nucleo di valutazione congiunto, composta da funzionari e membri esperti nominati da due enti<sup>15</sup>, chiamata a valutare nel merito i contenuti dei singoli progetti presentati in base ai criteri previsti.

Delle domande presentate sull'Ambito 2, a seguito dell'attribuzione dei punteggi per ogni indice previsto, nr. 1 domanda è risultata non ammissibile<sup>16</sup> a contributo a seguito dell'attribuzione di un punteggio inferiore al minimo previsto per l'accesso al finanziamento, secondo quanto previsto dall'art. 5.2 dell'avviso.

A conclusione della fase di istruttoria tecnica<sup>17</sup> da parte del Nucleo di valutazione, è stata pertanto delineata la proposta complessiva di Programma, formulata e concertata in forma definitiva dalla Cabina di Regia, tramite apposita consultazione scritta<sup>18</sup>, e dal Tavolo di concertazione<sup>19</sup>, quali organismi del Territorio Turistico Bologna – Modena.

Il Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.) 2024 viene quindi definito come da allegati 1), 2), 3) e 4) alla presente deliberazione, ovvero da:

- un elenco complessivo delle proposte di intervento presentate sull'Ambito 1 (allegato 1) e sull'Ambito 2 (allegato 2) dai soggetti beneficiari del territorio della Città metropolitana di Bologna e del territorio della Provincia di Modena, comprensiva della descrizione degli interventi e dell'indicazione di ammissibilità e non ammissibilità delle spese;
- due graduatorie di ammissione a finanziamento degli interventi di Ambito 1 e 2, definite specificamente per i soggetti beneficiari della Città metropolitana (allegato 3) e per i soggetti della Provincia di Modena (allegato 4).

Si precisa che sono inseriti nella graduatoria di Ambito 1 sotto condizione i progetti presentati<sup>20</sup> dagli enti del territorio metropolitano e della Provincia di Modena, i cui procedimenti di riconoscimento della qualifica di uffici di informazione e accoglienza turistica risultano attualmente sospesi, rientrando nella casistica indicata dal punto 2.3.1, secondo paragrafo, dei *“Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro*

---

<sup>13</sup> In atti al PG. n. 72551/2023.

<sup>14</sup> Si veda la determinazione dirigenziale nr. 2823/2023.

<sup>15</sup> Per la nomina dei componenti della Provincia di Modena, si veda la determinazione nr. 2109/2023 del 24/11/2022 Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale della Provincia di Modena, trasmessa con comunicazione PEC PG. nr. 72163/2023.

<sup>16</sup> Si rinvia al progetto riportato nell'allegato 2), pag. 43, dell'Associazione culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape, che ha ottenuto in sede di valutazione un punteggio pari a 48.

<sup>17</sup> Verbale della seduta del 4/11/2023 in atti al PG. n. 72874/2023.

<sup>18</sup> Si veda l'avviso di consultazione scritta della Cabina di Regia P.G. nr. 73179/2023, le cui risultanze sono agli atti al P.G. nr. 74557 e 74559/2023.

<sup>19</sup> Si veda il verbale della seduta dell'11 dicembre 2023 del Tavolo di concertazione in atti al PG. nr. 74561/2023.

<sup>20</sup> Rispettivamente dal Comune di San Benedetto Val di Sambro (Welcome Room) e dal Comune di Imola (Welcome Room) per la Città metropolitana di Bologna e dall'Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO) per la Provincia di Modena

*finanziamento*” del Territorio Turistico Bologna-Modena<sup>21</sup>. Gli Enti indicati dovranno dimostrare il possesso dei requisiti, tramite l'apposita documentazione, entro e non oltre il termine del 15 gennaio 2024, per consentire la conclusione dell'istruttoria e l'adozione del provvedimento di riconoscimento in tempo utile per l'approvazione del piano di assegnazione contributi del P.T.P.L. 2024.

Si dà atto che per quanto di competenza, la Provincia di Modena approverà con proprio apposito atto il P.T.P.L. 2024 e la relativa graduatoria di competenza.

Si procederà, successivamente, alla trasmissione alla Regione Emilia-Romagna del Programma Turistico di Promozione Locale (P.T.P.L.) 2024 ai fini della sua definitiva approvazione e per l'assegnazione dei finanziamenti per la sua realizzazione.

L'assegnazione delle risorse ai singoli beneficiari del P.T.P.L. avverrà nel corso del 2024, a seguito della quantificazione da parte della Regione Emilia-Romagna, con apposita delibera di Giunta, delle risorse che saranno assegnate alla Città metropolitana di Bologna e alla Provincia di Modena per il cofinanziamento delle rispettive linee di finanziamento del Programma complessivo.

Ai sensi dell'art. 1, comma 8, della L. n. 56/2014 il Consiglio metropolitano è l'organo di indirizzo e controllo, propone alla Conferenza lo Statuto e le sue modifiche, approva regolamenti, piani e programmi; approva o adotta ogni altro atto ad esso sottoposto dal Sindaco metropolitano; esercita le altre funzioni attribuite dallo Statuto. Su proposta del Sindaco metropolitano, il Consiglio adotta gli schemi di bilancio da sottoporre al parere della Conferenza metropolitana.

Lo Statuto della Città metropolitana<sup>22</sup> prevede all'articolo 27<sup>23</sup>, comma 2, lett. a), che rientra tra le competenze del Consiglio deliberare gli atti fondamentali che la legge riserva alla competenza dei Consigli comunali, con particolare riferimento a regolamenti, piani e programmi.

Si rileva, altresì, l'opportunità di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile, al fine di assicurare la trasmissione alla Regione Emilia-Romagna, nell'ambito del Programma annuale delle attività turistiche 2024, del Programma Turistico di Promozione Locale (P.T.P.L.) 2024 entro il 31 dicembre 2024<sup>24</sup>.

La presente deliberazione comporta riflessi diretti sulla situazione economico-finanziaria dell'Ente

---

<sup>21</sup> Approvati con atto del Sindaco metropolitano n. 117/2023 e con atto del Presidente della Provincia di Modena n. 131/2023.

<sup>22</sup> approvato dalla Conferenza metropolitana il 23/12/2014, pubblicato sul Bollettino ufficiale della Regione E.R. n. 365 del 29/12/2014 ed efficace il 23 gennaio 2015, s.m.i.

<sup>23</sup> L'articolo 27 dello Statuto prevede che:

*[omissis]*

2. Spettano al Consiglio metropolitano le seguenti competenze:

a) deliberare gli atti fondamentali che la legge riserva alla competenza dei Consigli comunali, con particolare riferimento a regolamenti, piani e programmi;

*[omissis]*

3. Il Consiglio si esprime, con proprio parere motivato, sulle dichiarazioni e sulle linee programmatiche presentate dal Sindaco e sugli eventuali adeguamenti successivi.

<sup>24</sup> Si veda la comunicazione in atti al PG. nr. 64174/2023.

così come precisato ai punti 7) e 8) del dispositivo

### **Pareri**

Si sono espressi favorevolmente, acquisendo in atti i rispettivi pareri, il Responsabile del Servizio Territorio Turistico Bologna-Modena – Ufficio Comune Turismo, Michelangelo Stanzani, in relazione alla regolarità tecnica e la Dirigente dell'Area Risorse programmazione e organizzazione, Anna Barbieri, in relazione alla regolarità contabile.

Si dà conto che il presente atto è stato proposto dalla Consigliera delegata Barbara Panzacchi competente per materia.

Sentite le competenti Commissioni consiliari I e II nella seduta congiunta del 20/12/2023.

### **Allegati:**

**Allegato 1)** P.T.P.L. 2024 – Progetti presentati Ambito 1;

**Allegato 2)** P.T.P.L. 2024 – Progetti presentati Ambito 2;

**Allegato 3)** P.T.P.L. 2024 – Graduatoria Ambito 1 e 2 Città metropolitana di Bologna;

**Allegato 4)** P.T.P.L. 2024 – Graduatoria Ambito 1 e 2 Provincia di Modena.

Per quanto concerne i contenuti della discussione svoltasi in ordine alla proposta di deliberazione in esame, si fa rinvio al resoconto integrale della seduta trascritto nel processo verbale conservato agli atti d'ufficio.

Messa ai voti dalla Consigliera metropolitana ACCORSI SARA, la presente deliberazione è approvata all'unanimità dei presenti con voti favorevoli n. 13, resi mediante utilizzo di apposita piattaforma per il voto elettronico.

Il Consiglio metropolitano, inoltre, stante l'urgenza del provvedimento, all'unanimità dei presenti con voti favorevoli n. 13, resi mediante utilizzo di apposita piattaforma per il voto elettronico,

### **DICHIARA**

la presente deliberazione immediatamente eseguibile, ai sensi dell'art. 134, IV comma del T.U. n. 267 del 18/08/2000.

La presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio della Città metropolitana per 15 giorni consecutivi.

Bologna, 20/12/2023

LA SEGRETARIA GENERALE <sup>25</sup>

Maria Riva

LA CONSIGLIERA METROPOLITANA <sup>25</sup>

Sara Accorsi

---

<sup>25</sup> Documento prodotto in originale informatico e firmato digitalmente ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice dell'amministrazione digitale. L'eventuale stampa del documento costituisce copia analogica sottoscritta con firma a mezzo stampa predisposta secondo l'art. 3 del D.Lgs. 12 febbraio 1993 n. 39 e l'art. 3 bis, co.4bis del Codice dell'amministrazione digitale (D.Lgs. 82/2005).



**Allegato 1)**

# **TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA**

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

### **AMBITO 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI**

## INDICE PROGETTI

### **Bologna**

1) Comune di Sasso Marconi - IAT R.....	3
2) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT.....	9
3) Comune di Vidiciatico - IAT.....	13
4) Comune di Monghidoro - IAT.....	17
5) Comune di Alto Reno Terme - IAT.....	23
6) Comune di San Benedetto Val di Sambro - WELCOME ROOM.....	29
7) Comune di Marzabotto - WELCOME ROOM.....	32
8) Comune di Valsamoggia - IAT DIFFUSO.....	36
9) Nuovo Circondario Imolese - IAT R.....	40
10) Comune di Dozza - IAT.....	46
11) Comune di Imola - WELCOME ROOM.....	51
12) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R.....	53
13) Comune di Crevalcore - IAT DIFFUSO.....	59
14) Comune di Bologna - IAT R.....	62

### **Modena**

1) Comune di Sestola - IAT Sestola.....	69
2) Comune di Maranello per STTI - IAT R Terra di Motori.....	73
3) Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine - INCARPI – IAT Unione Terre d'Argine.....	77
4) Comune di Modena - IAT R.....	81
5) Comune di Modena - WELCOME ROOM.....	85
6) Comune di Modena - IAT DIGITALE.....	87
7) Unione Terre di Castelli - IAT.....	89
8) Unione Terre di Castelli - IAT DIFFUSO.....	95

## **BOLOGNA**

### **1) Comune di Sasso Marconi - IAT R**

P.G. n. 67300/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2377/2023

#### **SEDE**

Via Porrettana, 314 - Sasso Marconi

#### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a APPENNINO SLOW S.C.A.R.L.

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Trattandosi dell'apertura di un nuovo IAT R con peculiarità diverse rispetto alla precedente esperienza di UIT e trovandosi pertanto in una fase di start up, l'attenzione sarà particolarmente rivolta a far conoscere le potenzialità dei nuovi servizi, ad individuare i punti di forza di ogni realtà presente nel territorio di riferimento, come luoghi, eventi, emergenze culturali e paesaggistiche-ambientali creando un sistema di relazioni continuative per la promozione in ambito vasto del territorio. Rispetto al passato, lo IAT R sarà caratterizzato da un ampliamento dei giorni e degli orari di apertura al pubblico in alcuni periodi con una rimodulazione in funzione della stagionalità dei flussi turistici:

periodo di massima affluenza aprile-maggio e settembre-ottobre-novembre tutti i giorni 10-13 e 14:30-17:30;  
periodi compresi negli 8 mesi di apertura annuale marzo-giugno e dicembre dal martedì al sabato 10-13 e 14:30-17:30;

altri periodi gennaio e febbraio – luglio e agosto (date indicative) 1/1-10/1 chiuso

periodo 11/1-28/2 da martedì a venerdì 10-13

periodo 1/7-3/8 e 19/8-31/8 da martedì a sabato 10-13 e 14:30-17:30

periodo 4/8-18/8 da martedì a venerdì 10-13.

Inoltre le attività si concentreranno nell'erogazione dei servizi e nelle attività di seguito specificate:

- Rilascio di informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'interno del territorio regionale anche in orario di chiusura al pubblico tramite sito coerente afferente al SITur o ad esso collegato, adeguato e interconnesso con le disposizioni previste dal Progetto "Data Science e Digital Twins.
- Focus Slow Tourism per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna; Assistenza ai turisti anche diretta, anche in lingua straniera e mettendo a disposizione una connettività Wi-Fi aperta e gratuita;
- Diffusione di materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale;
- Attività di accoglienza coordinata dal Comune titolare del servizio e in collaborazione con il Territorio Turistico di riferimento, la Regione Emilia-Romagna e APT servizi, per giornalisti, blogger, troupe televisive e cinematografiche o per altri stakeholder;
- Attività di informazione e accoglienza turistica, al di fuori della propria sede usuale, in occasione di eventi di particolare rilevanza turistica;
- Gestione di archivi fotografici e multimediali relativi al proprio territorio di riferimento;
- Vendita di pubblicazioni, merchandising e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente; Prenotazione e vendita di servizi turistici, a titolo esemplificativo ma non esaustivo: pernottamenti, escursioni, esperienze, visite guidate, biglietti musei, trasporti locali, transfer, biglietti di spettacoli

ed eventi, nel rispetto del principio di equità, correttezza e trasparenza nei confronti di tutte le imprese del settore turistico e alberghiero del territorio di riferimento.

Obiettivo primario sarà operare in modo tale che l'insieme dei servizi offerti vada oltre la fornitura di informazioni e di servizi di accoglienza per giungere ad una efficace azione di promo-commercializzazione delle esperienze turistiche.

Si aggiunge l'attività di Redazione Locale (RL) di cui l'ufficio sarà sede, con gestione del sito appenninobolognese.net e con la raccolta e la diffusione delle informazioni inerenti l'area di riferimento costituita dai seguenti territori Alto Reno Terme, Camugnano, Casalecchio di Reno, Castel di Casio, Castel d'Aiano, Castiglione dei Pepoli, Gaggio Montano, Grizzana Morandi, Lizzano in Belvedere, Loiano, Marzabotto, Monghidoro, Monterenzio, Monte San Pietro, Monzuno, Ozzano dell'Emilia, Pianoro, San Benedetto Val di Sambro, San Lazzaro di Savena, Sasso Marconi, Valsamoggia, Vergato, Zola Predosa, nel rispetto della garanzia di pari opportunità di tutti gli utenti e nel rispetto degli operatori locali, dei principi di trasparenza, competenza, equità, imparzialità e attendibilità.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

L'attività ordinaria verrà mantenuta dall'ufficio turistico di Sasso Marconi che nel corso del 2024 diventerà IAT R. Questa grande novità porterà lo staff dell'ufficio a riorganizzare la gestione dello stesso, garantendo sempre standard qualitativamente alti di accoglienza e di offerta informazioni su tutto il territorio appenninico.

Oltre all'attività che è sempre stata svolta negli anni passati, si sottolineano gli elementi di novità e le azioni che si intendono svolgere nel 2024:

- fornire informazioni su un territorio ampio, che vada oltre i confini amministrativi e che possano essere esaustive su tutto il territorio dell'Appennino e dei Colli bolognesi;
- mappare le emergenze turistiche, i servizi e gli operatori di tutto l'ambito territoriale creando un archivio ed un database unico per avere sempre a portata di mano le informazioni che possono essere richieste. Questo comporterà la raccolta di dati e informazioni in collaborazione con gli altri uffici turistici nell'ottica del coordinamento generale che Sasso Marconi dovrà acquisire nel corso del 2024;
- valutare e creare proposte turistiche (sia locali che su un territorio più ampio) da proporre a turisti e visitatori: trattandosi del primo anno lo staff operativo dovrà non solo imparare a conoscere gli strumenti di commercializzazione ma anche il processo di identificazione e creazione di un pacchetto turistico che prevede l'insieme di più servizi e la quotazione degli stessi. Oltre a questo, potranno essere messe in vendita escursioni, esperienze, visite guidate, biglietti di spettacoli...;
- creare contenuti testuali, video e immagini, oltre a produrre le traduzioni in inglese, per la comunicazione e promozione coordinata attraverso l'organizzazione della Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico Regionale (SITur).

Tutte queste attività vedranno un forte impegno soprattutto nel coinvolgimento dei territori sia attraverso gli uffici turistici esistenti, sia attraverso le realtà e i servizi presenti nei Comuni che non abbiano un ufficio turistico, in modo da creare una rete di informazioni affidabile, il più possibile aggiornata e attrattiva turisticamente parlando.

Per quel che riguarda le proposte commerciali, dopo un primo periodo di studio ed analisi, sarà necessario scegliere delle griglie di valutazione operative che siano coerenti con le direttive del Territorio Turistico e con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Come già sottolineato, la grande sfida del 2024 sarà quella di creare una solida rete territoriale in modo tale da essere sempre informati su quanto accade in ambito sovracomunale. Per questo motivo si è pensato di:

- Organizzare riunioni operative per la definizione delle modalità di collaborazione tra uffici: dopo la prima fase che sarà quella di conoscenza e scambio di informazioni sarà necessario un continuo confronto (trimestrale o semestrale, da definire) sia tra uffici turistici che tra uffici turistici e DMO;
- Individuare nuovi strumenti di comunicazione interna: che possono essere chat tipo whatsapp o Slack oppure mailing list tra operatori degli uffici turistici territoriali. È un metodo già utilizzato da eXtraBO per le tre cordate e da Appennino Slow come gestore di più uffici, distanti a livello spaziale, e contribuisce sicuramente ad una maggiore condivisione di informazioni;
- Creare archivi condivisi e definire le modalità comuni di archiviazione per testi, eventi, immagini, video, il tutto finalizzato sia all'inserimento sul portale turistico dell'Appennino gestito dalla RL, sia ad un approfondimento delle informazioni da offrire al turista;
- Condividere su un drive comune gli elenchi di servizi territoriali (strutture ricettive, di ristorazione, aziende produttive, noleggi o fornitori di servizi, trasporti...) per essere tutti in grado di dare informazioni a 365° sul territorio appenninico;
- Definire un piano di formazione comune per tutti gli addetti degli uffici turistici che vogliono e scelgono di partecipare per ottimizzare tempi e costi;
- Scegliere un metodo condiviso (anche con la DMO) per l'individuazione e la creazione di pacchetti e proposte turistiche che abbiano una coerenza con le linee guida regionali: a titolo esemplificativo, l'evento Tartufesta potrà essere promosso e commercializzato a livello nazionale ed internazionale ma dovrà essere fatto attraverso un'ottica di sistema in cui verrà raccontato che nei mesi di ottobre e novembre in Appennino ci sarà la possibilità di pacchetti su misura per soggiornare in diversi luoghi e degustare i prodotti del sottobosco: tutto questo potrà essere fatto da tutti i comuni coinvolti per amplificare la risonanza del prodotto "Tartufesta", legato da superati confini amministrativi;
- Individuare nuovi strumenti di comunicazione esterna per comunicare meglio l'Appennino come un prodotto turistico unico.

**ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Il tema della sostenibilità sarà sempre più centrale nello sviluppo turistico delle destinazioni, per questo motivo già da diversi anni il gestore dello IAT R, Appennino Slow, realizza proposte in linea con questa tematica e con attenzione anche alla responsabilità, all'inclusività e all'accessibilità. Un esempio di quanto questo territorio sia già attivo è il processo partecipativo che vede la Via degli Dei (quindi i Comuni di Bologna, Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro) quale primo cammino che potrebbe ottenere la certificazione GSTC, titolo internazionale per destinazioni sostenibili a livello economico, sociale, ambientale.

Oltre a questo le proposte che andremo ad individuare e le linee narrative di storytelling per il sito della Redazione Locale dovranno vertere proprio sulla tematica della sostenibilità e dell'inclusività, anche perché il territorio si presta molto bene alla valorizzazione ambientale e culturale dell'Appennino.

Il rafforzamento delle proposte outdoor, i tanti cammini che attraversano questi luoghi, lo sviluppo di ciclovie e di servizi legati al mondo delle due ruote è quanto andremo sempre più a proporre e a raccontare di questo territorio, ricco e attento a questi temi.

Una particolare attenzione verrà riservata a proposte tematiche per destagionalizzare l'offerta, come il foliage in alto Appennino, i sapori tra Bologna e Modena in Valsamoggia, i piccoli musei di montagna, tutte tematiche importanti per quel che riguarda anche la sostenibilità sociale, per una terra che ha nelle sue tradizioni un grandissimo punto di forza. Tradizioni che non significano sempre incapacità di evolversi, al contrario, ma che vengono ancor più valorizzate attraverso sistemi innovativi che sono sempre più in via di sviluppo, come le App legate ai cammini, le realtà aumentate (come a Monzuno), l'utilizzo di nuovi portali per la promozione di itinerari come komoot.

Altro tema importante sarà la verifica dei partner privati per far sì che ci siano sempre standard minimi di qualità e si possa parlare di accessibilità e sostenibilità anche nei pacchetti turistici: questo confronto potrà portare una maggiore conoscenza reciproca e spingere gli operatori economici a lavorare in maggiore sinergia con il territorio e con gli Enti Locali.

Verranno inoltre individuati percorsi accessibili per quel che riguarda soprattutto la disabilità visiva ed uditiva, ma potranno essere mappati brevi itinerari adatti anche a persone con disabilità motorie, in questo senso si segnala la collaborazione attiva con associazioni come NoisyVision Onlus, Fondazione Silvia Parente, Free Wheels Onlus...

Ma la sostenibilità è anche un tema di cui spesso si “abusa”, per questo motivo sarà necessario organizzare una formazione specifica per gli addetti agli uffici turistici, sia per conoscere gli elementi necessari alla creazione dei pacchetti turistici, sia per evitare proclami e promozioni scorrette a livello di comunicazione (il cosiddetto green washing) che potrebbe portare l'effetto contrario su l'appeal dell'Appennino verso i viaggiatori più attenti.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Come già in parte detto, un grande impegno da parte dello staff del nuovo IAT R sarà quello di trovare modalità di condivisione con tutti gli stakeholders del territorio creando percorsi partecipati e momenti di confronto per migliorare sempre più il nuovo servizio. In particolare si è pensato a:

- La partecipazione costante al Tavolo del Turismo dell'Appennino per relazionare e relazionarsi con tutti gli altri enti (pubblici e privati) rappresentativi del territorio;
- Calendarizzazione di riunioni a cadenza predefinita sia con gli altri uffici turistici che con la DMO;
- Condivisione del percorso formativo (eventualmente aperto a chi volesse partecipare anche di Città Metropolitana e Bologna Welcome);
- Coordinamento con l'attività di eXtraBo, sia commerciale che redazionale, mediante apposite riunioni già prefissate tra Bologna Welcome, cordate e Città Metropolitana;
- Confronto con le altre Redazioni Locali della DMO (Bologna, Imola, San Giovanni in Persiceto) per una comunicazione coordinata ed allineata su alcune tematiche definite dalle linee guida del Territorio Turistico.

### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Oltre ai servizi ordinari ed innovativi, l'Ufficio Turistico di Sasso Marconi manterrà in essere gli altri servizi turistici di base come:

- Supporto organizzativo dei principali eventi del Comune di Sasso Marconi, quali Tartufesta, Fira di Sdaz, Notte blu, Christmas Roads;
- Promozione e comunicazione di tutte le attività del Comune in collaborazione con l'Ufficio Stampa;
- Organizzazione di visite guidate sul territorio;
- Supporto organizzazione e promozionale per le attività delle Associazioni con patrocinio comunale;
- Divulgazione delle informazioni e prenotazione per cinema, mostre e teatro in accordo con l'ufficio Cultura del Comune Promozione dell'enogastronomia dell'ambito territoriale di riferimento con animazioni a tema (degustazioni, presentazione prodotti).

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Lo IAT R è sede di Redazione Locale e pertanto è garantito un puntuale interscambio assicurato dal fatto che la gestione dei due servizi è in capo allo stesso affidatario.

L'organizzazione della Redazione Locale è in parte definita nei precedenti punti.

Di seguito alcune azioni già concordate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche;
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito;
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione;
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO);
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese);
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli;
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtra BO.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Per l'anno 2024 saranno necessari diversi corsi di formazione per rispondere alle richieste della nuova legge regionale in materia di Uffici Turistici. Oltre a quelli obbligatori, il personale degli uffici gestiti da Appennino Slow (Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro) continuerà il programma di formazione iniziato nel 2023 che ha visto numerosi sopralluoghi, visite ed escursioni sul territorio, ampliando le uscite a tutto l'Appennino e offrendo la possibilità di partecipazione anche agli operatori degli altri uffici turistici.

Corsi per l'ottenimento della certificazione di:

- Lingua inglese (certificazione B2 o superiore)
- Altra lingua straniera (certificazione B1 o superiore)

Corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino (continuando la precedente formazione):

- Lezioni di territorio (5 uscite)
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

- Conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici;
- Marketing territoriale;
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica;
- La comunicazione sostenibile: differenza tra green marketing e green washing.

Oltre a questo, resteranno sempre aperte le possibilità di accedere ad una formazione accademica non più su base volontaria ma come obbligo formativo (con verifica finale interna) attraverso i corsi di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell'Università di Napoli Federico II.

In particolare:

- Turismo Lento - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>
- Turismo Sostenibile - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=140>
- Management e marketing delle imprese turistiche - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=242>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 112.700,00**  
**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 112.700,00**  
**PUNTEGGIO: 80**  
**FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA**

## 2) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT

P.G. n. 67300/2023  
Integrazione P.G. n. 69443/2023  
Integrazione P.G. n. 70074/2023  
Integrazione P.G. n. 70075/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2373/2023

### **SEDE**

Piazza G. Marconi, 6 - Lizzano in Belvedere

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a CONSORZIO QUOTA 1945 CORNO ALLE SCALE

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2024 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo con cui sono erogati al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza.

Nello specifico già a partire dal 2023 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2024.

Identità territoriale: abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, posizionando nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, luogo di produzione dei prodotti caseari locali e il neonato vino bianco Biologico "Il Bianco della Rocca". Si prevede la realizzazione di nuovo materiale informativo cartaceo realizzato in base alle caratteristiche tecniche indicate nel P.T.P.L.

Comunicazione: la bacheca Informativa Smart posizionata all'entrata dell'Ufficio IAT di Lizzano in Belvedere funzionante 24h ed aggiornata tutti i giorni dell'anno permette una maggiore promozione degli eventi, promozione, escursione, manifestazioni e tutto ciò che può essere di interesse ai cittadini ed ai turisti e visitatori del nostro territorio: un tipo di informazione a grande impatto considerato le meravigliose immagini proposte del nostro territorio; inoltre continueremo ad aver attivo il servizio informativo di Whatsapp, un servizio di informazione gratuito a servizio della comunità che permette un'informazione diretta ed alla portata di tutti che ha avuto fino ad oggi un grande successo.

Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. E' per questo che anche per il 2024 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli IAT di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

- Attività di marketing territoriale in accordo con gli assessori competenti per definire progetti, programmi e strategie finalizzati alla promozione turistica del territorio. Studio, aggiornamento ed implementazione delle informazioni sul prodotto turistico “Linea Gotica”; aggiornamento ed implementazione del sito [www.cornoallescale.net](http://www.cornoallescale.net), delle pagine Facebook, Instagram e TikTok “Visit Corno Alle Scale”;
- Coordinamento delle realtà turistiche e associative del territorio per la creazione e pubblicazione del calendario annuale degli eventi, escursioni guidate con percorsi naturalistici e itinerari storico-artistici legati al territorio dell’alta valle del Reno;
- Organizzazione di “Tartufesta”, dei Pali di “Giughence La Campana” e “Lizzan Matto” in collaborazione con le Proloco Locali;
- Elaborazione di proposte di itinerari nell’ambito della promozione dei prodotti turistici di punta del territorio: Linea Gotica, Terapia Forestale, Cicloturismo, Enogastronomia;
- Diffusione di pubblicazioni e libri dedicati al territorio del Corno Alle Scale, con distribuzione gratuita del materiale di promozione turistica locale, metropolitana e regionale, e promozione e informazioni sugli spettacoli delle stagioni teatrali e cinematografiche del Cinema La pergola;
- Promozione della Stazione Sciistica del Corno Alle Scale e collaborazione nella gestione delle scuole di sci e della competizioni nazionali;
- Gli Uffici Iat si occupano inoltre delle prenotazioni delle strutture sportive, del rilascio tessere raccolta funghi e frutti del sottobosco e più in particolare di raccolta iscrizioni per la partecipazione eventi, mercati e sagre: verifica sulla disponibilità delle strutture ricettive del catalogo provinciale tramite segnalazione e strumenti informativi gratuiti (consultazione di siti internet collegati al sistema informativo per il turista) e della verifica gratuita delle disponibilità di appartamenti in affitto, di agenzie e affittacamere; vendite di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette audio video, cd-rom e gadget di interesse per il turista; informazioni sul servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB E BIKE e descrizione risorse e itinerari; delle attività standard di Redazione “Database turismo” (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali; redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale; della creazione e aggiornamento di mailing list degli operatori locali, contatti esterni, enti, ecc. (con criteri informatizzati con protocolli standard e archivio storico) per gestione mirata della corrispondenza e accordi di collaborazione (direct-marketing); della gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale; del supporto nell’ideazione, organizzazione, promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.; Supporto e collaborazione per realizzazione materiali di documentazione e gadget (monografie e guide, gestione archivi fotografici, documentazione storica e tradizioni locali, merchandising).

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Collaborazione in relazione agli eventi che si svolgono sul territorio metropolitano: il personale parteciperà alle attività promosse dallo IAT R di Sasso Marconi, eXtraBo e dalla Città Metropolitana e tutte le attività di promozione turistica del Comune sono realizzate in un’ottica di promozione metropolitana, insieme alla partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica, lo scambio di materiale informativo (foto e video). Comunicazione degli eventi e collaborazione per l’inserimento sui calendari dell’Unione dei Comuni e Bologna Estate e il supporto per implementare i contenuti dei punti di interesse sul territorio.

Collaborazione con l'Ufficio Stampa del Comune per la raccolta delle informazioni su eventi, attività, iniziative pubbliche e private di valorizzazione del territorio, l'integrazione e la gestione di una mailing list condivisa che ha raggiunto i 10.800 contatti.

**ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Collaborazione per la realizzazione di un centro servizi per disabili da realizzarsi presso la Stazione di Sci, zona La Polla: promozione della nuova area fitness inclusiva sul percorso vita che collega Lizzano in Belvedere alla Fraz. Vidiciatico.

**ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per la altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere, Comune di Alto Reno Terme, Città Metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2024 (PTPL Filone 2 e convenzione con Bologna Welcome).

**DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Si intende dotare i Borghi di Monteacuto delle Alpi e Pianaccio di Bacheca Smart, già presente a Lizzano in Belvedere ed a Vidiciatico.

**DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il passaggio della Redazione Locale allo IAT R vedrà un rinnovamento delle modalità di collaborazione che sicuramente verrà definito ad inizio 2024 attraverso alcuni incontri di programmazione e organizzazione.

Come IAT di Lizzano in Belvedere siamo disponibili ad effettuare alcune azioni, già preventivamente concordate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche;
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito;
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione;
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO);
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese);
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli;
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO.

**DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Per l'anno 2024, il personale dello IAT di Lizzano in Belvedere è stato invitato da Appennino Slow (quale gestore dello IAT R) alla partecipazione ad alcuni corsi di formazione, in particolare:

Corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino:

- Lezioni di territorio (5 uscite)
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

- Conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici
- Marketing territoriale
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica
- La comunicazione sostenibile: differenza tra green marketing e green washing

Oltre a questo saranno necessari i corsi per l'ottenimento della certificazione di:

- Lingua inglese (certificazione B2 o superiore)
- Altra lingua straniera (certificazione B1 o superiore)

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 60**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

### 3) Comune di Lizzano in Belvedere - IAT

P.G. n. 67300/2023  
Integrazione P.G. n. 69443/2023  
Integrazione P.G. n. 70074/2023  
Integrazione P.G. n. 70075/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2378/2023

#### **SEDE**

Via Marconi, 31 - (fraz. Vidiciatico) Comune di Lizzano in Belvedere

#### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a CONSORZIO QUOTA 1945 CORNO ALLE SCALE

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2024 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo con il quale sono erogati al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza.

Nello specifico già a partire dal 2023 sono diventate operative azioni che offrono nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2024.

Identità territoriale: abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, posizionando nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, luogo di produzione dei prodotti caseari locali e il neonato vino bianco Biologico "Il Bianco della Rocca". Si prevede la realizzazione di nuovo materiale informativo cartaceo realizzato in base alle caratteristiche tecniche indicate nel P.T.P.L.

Comunicazione: la bacheca Informativa Smart posizionata all'entrata dell'Ufficio IAT di Vidiciatico funzionante 24h ed aggiornata tutti i giorni dell'anno permette una maggiore promozione degli eventi, promozione, escursione, manifestazioni e tutto ciò che può essere di interesse ai cittadini ed ai turisti e visitatori del nostro territorio: un tipo di informazione a grande impatto considerato le meravigliose immagini proposte del nostro territorio; inoltre continueremo ad aver attivo il servizio informativo di Whatsapp, un servizio di informazione gratuito a servizio della comunità che permette un'informazione diretta ed alla portata di tutti che ha avuto fino ad oggi un grande successo.

Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle aree di maggior affluenza. E' per questo che anche per il 2024 prevediamo di confermare la convenzione con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point km0, in località Laghetto del Cavone al Corno Alle Scale. Il Comune di Lizzano metterà a disposizione dell'associazione la Baita Aquadela e l'associazione si impegnerà nella realizzazione di eventi di intrattenimento, escursioni guidate, servizi di informazione, accoglienza e animazione, noleggio E-bike con guida e alla diffusione del materiale cartaceo di promozione, attraverso azioni condivise in sinergia con gli IAT di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico.

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

- Attività di marketing territoriale in accordo con gli assessori competenti per definire progetti, programmi e strategie finalizzati alla promozione turistica del territorio. Studio, aggiornamento ed implementazione delle informazioni sul prodotto turistico “Linea Gotica”; aggiornamento ed implementazione del sito [www.cornoallescale.net](http://www.cornoallescale.net), delle pagine Facebook, Instagram e TikTok “Visit Corno Alle Scale”.
- Coordinamento delle realtà turistiche e associative del territorio per la creazione e pubblicazione del calendario annuale degli eventi, escursioni guidate con percorsi naturalistici e itinerari storico-artistici legati al territorio dell’alta valle del Reno.
- Organizzazione di “Tartufesta”, dei Pali di “Giughence La Campana” e “Lizzan Matto” in collaborazione con le Proloco Locali.
- Elaborazione di proposte di itinerari nell’ambito della promozione dei prodotti turistici di punta del territorio: Linea Gotica, Terapia Forestale, Cicloturismo, Enogastronomia.
- Diffusione di pubblicazioni e libri dedicati al territorio del Corno Alle Scale, con distribuzione gratuita del materiale di promozione turistica locale, metropolitana e regionale, e promozione e informazioni sugli spettacoli delle stagioni teatrali e cinematografiche del Cinema La pergola.
- Promozione della Stazione Sciistica del Corno Alle Scale e collaborazione nella gestione delle scuole di sci e della competizioni nazionali.
- Gli Uffici Iat si occupano inoltre delle prenotazioni delle strutture sportive, del rilascio tessere raccolta funghi e frutti del sottobosco e più in particolare di raccolta iscrizioni per la partecipazione eventi, mercati e sagre: verifica sulla disponibilità delle strutture ricettive del catalogo provinciale tramite segnalazione e strumenti informativi gratuiti (consultazione di siti internet collegati al sistema informativo per il turista) e della verifica gratuita delle disponibilità di appartamenti in affitto, di agenzie e affittacamere; vendite di guide, carte turistiche, pubblicazioni e libri storici, manifesti, cassette audiovideo, cd-rom e gadget di interesse per il turista; informazioni sul servizio guide e accompagnamento turistico per visite trekking, monumenti, noleggi MTB E BIKE e descrizione risorse e itinerari; delle attività standard di Redazione “Database turismo” (ricerca, trattamento stesura schede informative, aggiornamento e manutenzione sistema) sulle risorse locali; redazione di documenti e comunicati stampa, suggerimenti e collaborazione con eventuali società specializzate per la realizzazione di opuscoli e guide di informazione locale; della creazione e aggiornamento di mailing list degli operatori locali, contatti esterni, enti, ecc. (con criteri informatizzati con protocolli standard e archivio storico) per gestione mirata della corrispondenza e accordi di collaborazione (direct-marketing); della gestione archivio reclami e raccolta suggerimenti, segnalazioni, critiche degli utenti al sistema turistico locale; del supporto nell’ideazione, organizzazione, promozione di iniziative ed eventi locali (animazione locale), calendario eventi, programmi di visite, mostre, concorsi, itinerari a tema, ecc.; Supporto e collaborazione per realizzazione materiali di documentazione e gadget (monografie e guide, gestione archivi fotografici, documentazione storica e tradizioni locali, merchandising).

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Collaborazione in relazione agli eventi che si svolgono sul territorio metropolitano: il personale parteciperà alle attività promosse dallo IAT R di Sasso Marconi, eXtraBO e dalla Città Metropolitana e tutte le attività di promozione turistica del Comune sono realizzate in un’ottica di promozione metropolitana, insieme alla partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica, lo scambio di materiale informativo (foto e video). Comunicazione degli eventi e collaborazione per l’inserimento sui calendari dell’Unione dei Comuni e Bologna Estate ed il supporto per implementare i contenuti dei punti di interesse sul territorio. Collaborazione con l’Ufficio Stampa del Comune per la raccolta delle informazioni su eventi, attività,

iniziative pubbliche e private di valorizzazione del territorio, l'integrazione e la gestione di una mailing list condivisa che ha raggiunto i 10.800 contatti.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Collaborazione per la realizzazione di un centro servizi per disabili da realizzarsi presso la Stazione di Sci, zona La Polla: promozione della nuova area fitness inclusiva sul percorso vita che collega Lizzano in Belvedere alla Fraz. Vidiciatico.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Collaborazione per la realizzazione di materiale cartaceo promozionale in sintonia con le grafiche già realizzate per la altre destinazioni; collaborazione nel lancio, promozione e valorizzazione della Linea Gotica; collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere, Comune di Alto Reno Terme, Città Metropolitana, Bologna Welcome per la realizzazione e promozione degli eventi turistici/culturali del 2024 (PTPL Filone 2 e convenzione con Bologna Welcome).

### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Si intende dotare i Borghi di Montecatino delle Alpi e Pianaccio di Bachecca Smart, già presente a Lizzano in Belvedere ed a Vidiciatico.

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il passaggio della Redazione Locale allo IAT R vedrà un rinnovamento delle modalità di collaborazione che sicuramente verrà definito ad inizio 2024 attraverso alcuni incontri di programmazione e organizzazione.

Come IAT di Vidiciatico siamo disponibili ad effettuare alcune azioni, già preventivamente concordate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito;
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione;
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO);
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese);
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli;
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO.

### **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Per l'anno 2024, il personale dello IAT di Vidiciatico è stato invitato da Appennino Slow (quale gestore dello IAT R) alla partecipazione ad alcuni corsi di formazione, in particolare:

Corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino:

- Lezioni di territorio (5 uscite)

- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

- Conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici
- Marketing territoriale
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica
- La comunicazione sostenibile: differenza tra green marketing e green washing

Oltre a questo saranno necessari i corsi per l'ottenimento della certificazione di:

- Lingua inglese (certificazione B2 o superiore)
- Altra lingua straniera (certificazione B1 o superiore).

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 60**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

#### 4) Comune di Monghidoro - IAT

P.G. n. 67300/2023  
Integrazione P.G. n. 69443/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2372/2023

#### **SEDE**

Via G. Matteotti, 1 - Monghidoro

#### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a APPENNINO SLOW SCARL

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Le nuove normative recentemente approvate apportano una serie di novità per quello che riguarda l'attività dell'ufficio IAT, in primis l'istituzione di un Hub unico che avrà un ruolo determinante di coordinamento di tutti gli uffici e la gestione della redazione locale. Questo comporta che anche il nostro ufficio di Monghidoro sia in stretta relazione con InfoSasso di Sasso Marconi che è sede appunto dell'Hub unico. In passato abbiamo sempre avuto ottime collaborazioni con scambio di informazioni, aggiornamento dati, proposte innovative e condivisione degli eventi, nel 2024 a maggior ragione questi rapporti andranno rafforzati, ma meglio definiti per far sì che tutto l'Appennino Bolognese sia un'unica destinazione e le informazioni ai turisti siano coerenti e uguali in qualsiasi punto informativo. La stagione 2023 non è andata male. Purtroppo a causa delle frane nel mese di maggio abbiamo avuto a Monghidoro e nei comuni limitrofi grosse difficoltà per quello che riguardava la viabilità. Difficoltà che si sono risolte parzialmente solo in tarda estate. Questo ha un po' compromesso le presenze di turisti nel nostro comune soprattutto nei mesi di maggio, giugno e luglio. È andato molto bene agosto e anche settembre è stato positivo anche grazie ad una stagione meteo che ha prolungato l'estate fino a metà ottobre. Quello che doveva essere l'anno della ripresa dopo il Covid in realtà non è stato male, ma sicuramente sotto le aspettative e le premesse che si erano manifestate già dalla tarda primavera.

#### Per il 2024 proponiamo i seguenti orari:

Nei periodi di apertura annuale (mesi di aprile, maggio, giugno, luglio, agosto, settembre, ottobre e dicembre 10-13 e 15-18 con chiusura il lunedì).

I periodi di massima affluenza sono identificati nei mesi di maggio, giugno, luglio, agosto, settembre. Nei mesi di novembre, gennaio, febbraio e marzo l'ufficio resterà aperto il giovedì e il sabato con orario dalle 9.00 alle 12.

L'ufficio offrirà i suoi tradizionali servizi: - informazioni turistiche del comune e di tutti i comuni partner nell'area di BOM come da adesioni ricevute. Alleghiamo le dichiarazioni di partecipazione operativa dei seguenti comuni: San Lazzaro di Savena, Ozzano Emilia, Loiano, Monterenzio, San Benedetto Val di Sambro, Monzuno, Pianoro e Castiglione dei Pepoli Oltre alle informazioni turistiche di front office cureremo i social e la newsletter di BOM (Bologna Montana). Inoltre nel sito di BOM si potranno trovare l'elenco delle strutture ricettive, informazioni sulle eccellenze turistiche del territorio, informazioni sui percorsi e sentieri del territorio.

Gli obiettivi per il 2024 che ci proponiamo sono:

- Una maggiore collaborazione con le associazioni del territorio per la creazione di un calendario eventi di qualità ed evitare possibilmente sovrapposizioni, ampliando per quanto possibile l'attività ai comuni partecipanti al progetto per garantire il massimo coordinamento.

- Collaborazioni con le strutture ricettive per avere aggiornamenti sulla loro disponibilità e poter fornire informazioni aggiornate a chi ne fa richiesta. Incontri con gli operatori per concordare insieme strategie e formazione per migliorare l'accoglienza.
- Destagionalizzare i flussi turistici evitando di concentrare tutte le iniziative nei mesi di luglio e agosto con l'obiettivo di aumentare le presenze in bassa stagione.
- Operare per aumentare la presenza media dei flussi turistici.
- Aumentare le collaborazioni con gli altri uffici dell'Appennino anche in conseguenza dell'istituzione dell'Hub unico.
- Intensificare i rapporti con il Territorio Turistico Bologna – Modena e soprattutto con la DMO di Bologna Welcome per accrescere le collaborazioni con l'ufficio Info di Bologna e soprattutto di eXtraBo condividendo obiettivi ed azioni in linea con il piano triennale e il PPCT del Territorio Turistico.
- Rafforzare la rete tra gli uffici anche con relazioni costanti con l'Ufficio di Sasso Marconi per l'aggiornamento in tempo reale dei contenuti della Redazione Locale e per qualificare l'offerta turistica.
- Inoltre opereremo per migliorare le linee di prodotto della Città metropolitana e nello specifico:
- Cammini, con la Via degli Dei, la Via Mater Dei, la Flaminia Minor e la Via del Fantini che attraversano i comuni di BOM.
- Natura e Benessere, valorizzando le nostre aree verdi e i progetti legati al turismo slow (BOMBA, percorsi e cammini, ecc.).
- Special Interest – Musica, con la valorizzazione dei Concerti de la Cisterna.
- Food & Wine, con la promozione dei nostri prodotti De.Co. in particolare con lo zuccherino montanaro di Monghidoro anche attraverso le degustazioni nelle passeggiate "I Tour del Gusto".

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Le azioni tradizionali dell'ufficio informazioni ovviamente resteranno e non le andiamo a ripetere. Per il 2024 intendiamo svolgere le seguenti iniziative:

- Una particolare cura verrà data a tutti i social di BOM in quanto comprende 6 comuni del territorio appenninico e cercheremo di sviluppare la newsletter cercando di reperire un maggior numero di iscritti.
- A metà ottobre 2023 è stato presentato il progetto della Ciclovia delle Valli Bolognesi, un percorso ciclabile dedicato alle E.MTB per valorizzare il turismo lento. Questo itinerario raccorda tre itinerari: la Flaminia Minor, La Via del Fantini e la Via Mater Dei. Il percorso di fatto è un anello di 60 km che Collega Ozzano con Monghidoro e ritorno percorrendo strade sterrate, sentieri pedalabili e viabilità minore. In accordo con i progettisti e l'Unione dei Comuni Savena-Idice ci occuperemo della sua promozione e valorizzazione.
- In accordo con l'Hub unico di Sasso Marconi abbiamo pensato di mappare tutte le emergenze turistiche che potranno essere poi utilizzate per migliorare le informazioni della redazione locale, ma anche per fornire ai turisti informazioni più complete e dettagliate. Questo vuole dire una ricerca oculata sul territorio e la creazione di contenuti che illustrino correttamente le emergenze anche con il supporto di materiale fotografico.
- Insieme al Comune di San Lazzaro e quello di Ozzano in particolare, ma anche con gli altri comuni dell'Unione Savena Idice, svilupperemo un progetto di marketing territoriale che vada a valorizzare la parte bassa delle valli Idice e Savena in piena sintonia con il progetto BOM che già valorizza la parte alta, valorizzando e legando fra loro le emergenze naturalistiche e culturali che caratterizzano queste zone.
- In collaborazione con l'Hub unico e visto che la nuova normativa lo consente, utilizzando l'esperienza del comparto Tour Operator di Appennino Slow studieremo insieme proposte e pacchetti sul territorio di competenza. Sarà un primo anno sperimentale, dove dovremo costruire le proposte e

acquisire le tecniche di commercializzazione. Contiamo comunque di avere già nel 2024 i primi risultati positivi.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

La novità del 2024 come già detto, sarà quello di creare una vera rete tra tutti gli uffici sotto il coordinamento dell'Hub unico in grado di fornire informazioni su tutto l'Appennino. La parola chiave sarà "condivisione"; andremo a condividere con la rete non solo le informazioni, ma tutto il materiale necessario per una corretta informazione. Nello specifico:

- Andremo a creare archivi di foto del territorio, di testi sulle eccellenze, di contenuti accattivanti da poter utilizzare poi nella comunicazione social, di video tematici e tutti saranno condivisi con gli altri uffici info.
- Organizzeremo degli incontri operativi con tutti (uffici, eXtraBO, DMO) per definire questi modelli di collaborazione con gli uffici; verranno stabilite le modalità e concordate le operatività degli operatori. Questi incontri avranno cadenza mensile o bimensile in base alle necessità.
- Verranno utilizzati degli strumenti che siano in grado di condividere velocemente le informazioni tra tutti (gruppi WhatsApp o simili) al fine di migliorare la comunicazione interna.
- Grazie anche al lavoro di miglioramento della redazione locale disporremo di tutti elenchi aggiornati delle strutture ricettive, di ristorazione, servizi vari da mettere a disposizione dei turisti.
- Verranno definiti i dettagli di un piano formativo per tutti gli addetti degli uffici in Appennino come meglio indicato nel capitolo a parte.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

A fine 2023 e nei primi mesi del 2024 Appennino Slow ha attivato un processo partecipativo per arrivare alla certificazione GSTC della Via degli Dei che riguarda alcuni comuni di BOM. Questa certificazione come dice anche il nome, è particolarmente attenta ai temi della sostenibilità. La nostra collaborazione e il nostro supporto al progetto sarà garantita. Il tema della sostenibilità trova da parte dei turisti soprattutto stranieri una grande attenzione e spesso scelgono la destinazione delle loro vacanze proprio se il territorio risponde ai requisiti necessari. Anche le recenti alluvioni sia in Emilia che in Toscana in parte dovute ai cambiamenti climatici fanno sì che anche gli italiani siano più sensibili a questa tematica per cui diventa quasi indispensabile da parte degli operatori degli uffici essere particolarmente attenti a questo e fornire le informazioni utilizzando un linguaggio consono. Andremo a lavorare al fine di definire una specie di vademecum con consigli e suggerimenti che gli operatori dovranno poi mettere in pratica nei confronti dei turisti e delle loro richieste. Esempio: suggerire ristoranti a Km zero, suggerire l'utilizzo dei mezzi pubblici se disponibili, suggerire i brevi spostamenti a piedi magari motivandoli che se si va dal punto "a" al punto "b" a piedi c'è modo di passare da quella particolare chiesa o eccellenza che magari in auto non si vedrebbe, ecc...

Sul tema dell'accessibilità esistono già sul territorio esempi di qualità con i quali ci andremo ad integrare e lavoreremo per una efficace promozione. Faccio l'esempio della collaborazione con l'Associazione Silvia Parente che ha già fatto diversi eventi nella Bologna Montana Bike Area portando persone con disabilità visiva in giro con tandem lungo i percorsi. Inoltre, come in passato, saremo disponibili a collaborare per le iniziative di Girobussola (all'interno del festival It.a.cà) con passeggiate sull'Alpe di Monghidoro e in generale sul territorio Appenninico. Per quello che riguarda l'innovazione siamo stati chiamati a collaborare e a portare le nostre competenze nella realizzazione dell'app sul nuovo itinerario Bologna Montana Art Trail, un itinerario che collega 5 comuni del territorio di BOM e che verrà inaugurato nella primavera 2024.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

L'attivazione dell'Hub Unico e della Redazione Locale faciliterà sicuramente la condivisione delle informazioni con la DMO. Per migliorare questo processo dovranno essere organizzati degli incontri (anche on line) con la DMO e tutti gli uffici di informazione turistica per condividere l'operatività, essere informati sui principali eventi che si svolgono nel territorio della DMO ecc... con un sistema di interscambio: "la montagna informa la città e la città informa la montagna" Decisamente maggiore sarà il confronto con eXtraBo (la nostra vetrina in città) dove invieremo con cadenza settimanale nei periodi di alta stagione, quindicinale negli altri periodi, l'elenco delle principali attività del nostro territorio di riferimento. Con eXtraBo ci sarà un confronto anche per la parte commerciale (vendita di proposte giornaliere e non) dove chiederemo alle cordate che già si riuniscono abitualmente di poter partecipare agli incontri in programma.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

L'ufficio svolgerà le tradizionali funzioni di informazione ed accoglienza al turista negli orari stabiliti.

Ed inoltre ci occuperemo:

- coordinamento con le varie associazioni locali, comitati, commercianti ecc. per la definizione di un programma di eventi al fine di evitare sovrapposizione e aumentare l'efficacia della comunicazione.
- Ci adopereremo per avere una grafica condivisa anche con gli altri uffici o comuni dell'area di BOM.
- Realizzazione di un opuscolo contenente informazioni del territorio e l'elenco delle manifestazioni.
- Supporto al Comune per le manifestazioni organizzate dallo stesso.
- Implementazione della newsletter (obiettivo 5.000 iscritti).
- Aggiornamento, redazione contenuti e ricerca foto per implementare l'archivio unico da poter utilizzare per la comunicazione social.
- Realizzazione delle locandine per gli eventi con grafica condivisa.
- Redazione di articoli per comunicati stampa e rapporto con i media dei principali eventi.
- Collaborazione con la rivista "nelle Valli Bolognesi" per la realizzazione di articoli sul territorio.

I turisti-visitatori che entreranno nell'ufficio troveranno a disposizione i seguenti materiali:

- l'elenco delle manifestazioni dei comuni aderenti a progetto;
- la rivista nelle Valli Bolognesi;
- tutti i materiali promozionali del territorio e aree limitrofe;
- tutti i materiali realizzati da eXtraBo e Bologna Welcome;
- mappe e cartine in vendita e gratuite di tutti i cammini dell'area metropolitana;
- elenco strutture ricettive e ristorative;
- orari mezzi pubblici;
- informazioni varie (orari medici, veterinari, raccolta funghi ecc.); - postazione internet consultabile.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

La parte relativa alle modalità di collaborazione con la Redazione Locale è condivisa con l'Hub Unico di Sasso Marconi. Il passaggio della Redazione Locale allo IAT R vedrà un rinnovamento delle modalità di collaborazione che sicuramente verrà definito ad inizio 2024 attraverso alcuni incontri di programmazione e organizzazione.

Essendo tutti gestiti dalla stessa azienda, abbiamo già in essere degli strumenti di comunicazione interna che ci potranno agevolare in questo cambiamento.

Di seguito alcune azioni già concordate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche.
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito.

- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione.
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO).
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese).
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli.
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBo.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

La parte relativa alla formazione è condivisa con l'Hub Unico di Sasso Marconi.

Per l'anno 2024, oltre ai corsi di formazione necessari per le richieste della nuova legge regionale in materia di Uffici Turistici, il personale degli IAT-R/IAT gestiti da Appennino Slow (Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro) continuerà il programma di formazione iniziato nel 2023 che ha visto numerosi sopralluoghi, visite ed escursioni sul territorio, ampliando le uscite a tutto l'Appennino.

In particolare:

Corsi (dove necessario) per l'ottenimento della certificazione di:

- Lingua inglese (certificazione B2 o superiore)
- Altra lingua straniera (certificazione B1 o superiore)

Corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino (continuando la precedente formazione):

- Lezioni di territorio (5 uscite).
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive).
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero.
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici.

Corsi in materie turistiche:

- Conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici.
- Marketing territoriale.
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica.
- La comunicazione sostenibile: differenza tra green marketing e greenwashing.

Oltre a questo, resteranno sempre aperte le possibilità di accedere ad una formazione accademica non più su base volontaria ma come obbligo formativo (con verifica finale interna) attraverso i corsi di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell'Università di Napoli Federico II.

In particolare:

- Turismo Lento - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>
- Turismo Sostenibile - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=140>
- Management e marketing delle imprese turistiche - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=242>

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 79.800,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 79.800,00 di cui € 500,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 65

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 5) Comune di Alto Reno Terme - IAT

P.G. n. 67300/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2376/2023

### SEDE

Piazza della Libertà, 11 - Alto Reno Terme

### MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a APPENNINO SLOW SCARL

### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Con l'arrivo della riforma di settore e della nuova regolamentazione a livello regionale, il 2024 non potrà che essere un anno di cambiamenti. Ritenendo importante collaborare con tutte le realtà circostanti, già nel 2021 il Comune di Alto Reno Terme ha proposto e sottoscritto un protocollo di intesa con i comuni di Castel di Casio, Gaggio Montano, Lizzano in Belvedere e Sambuca Pistoiese per la promozione e valorizzazione del territorio come da D.G.C 126/2021. Tale protocollo ha lo scopo di avviare un rapporto di collaborazione finalizzato alla valorizzazione e allo sviluppo turistico del territorio dell'Alta Valle del Reno, area ricca di peculiarità e risorse naturali e culturali, definendo orientamenti progettuali anche con gli stakeholders privati che operano localmente. A tal proposito, negli anni passati sono state presentate progettualità condivise con i Comuni limitrofi sia per quanto riguarda il PTPL Ambito 1 che Ambito 2, rilanciando una collaborazione maggiore tra i territori e un turismo che va oltre i confini comunali.

La collaborazione con gli uffici di informazione di Lizzano in Belvedere è già posta in essere da tempo, mentre stiamo iniziando ad essere un centro anche per quelle realtà comunali che non hanno tali uffici (Gaggio Montano, Castel di Casio, Camugnano, Sambuca Pistoiese...), instaurando una collaborazione reale fatta di informazioni sul territorio, disponibilità ricettiva ed eventi. Ora che la nuova riforma ci ha ulteriormente messo in rete, identificando nello IAT-R di Sasso Marconi il punto di riferimenti di tutto l'Appennino, occorre mettere in pratica tali strategie e collaborare nella promozione del territorio e degli eventi, creando sinergie efficaci anche laddove erano carenti. Ampliare l'offerta non potrà che rendere l'Alto Reno un'area ancora più appetibile e ricca di esperienze uniche e locali.

L'ufficio di informazione turistica del Comune di Alto Reno Terme, dal maggio 2019 è gestito da Appennino Slow, una realtà consolidata presente da oltre vent'anni sul mercato turistico e che ha come mission la valorizzazione, promozione e commercializzazione di tutto l'Appennino Bolognese. Al momento Appennino Slow coordina i punti informativi di Alto Reno Terme, Sasso Marconi, Monghidoro e il punto informativo dell'Appennino in centro a Bologna: eXtraBo. Ciò ha permesso di migliorare la rete e l'interazione tra gli uffici stessi dell'area metropolitana: non solo informazioni territoriali e sugli eventi, ma anche esperienze condivise e obiettivi di crescita comuni. In quest'ottica sono stati creati pacchetti turistici specifici legati agli eventi più rilevanti del territorio (Porretta Soul Festival, Porretta Prog Festival, Festival del cinema di Porretta), tour sui prodotti dell'Appennino (castagna, tortino Porretta) ed escursioni a tema (Linea Gotica, Cinetrekking: Una gita scolastica). Tale progettualità turistica è sicuramente da ripetere ed implementare, concentrandosi maggiormente sulle Terme di Porretta (di nuova gestione e in ristrutturazione) e su nuovi percorsi legati al cicloturismo, alla natura (Linea Gotica, Piccola Cassia), all'enogastronomia e wellness. Ogni anno Appennino Slow, per conto del Comune di Alto Reno Terme, coordina direttamente l'organizzazione, la gestione e realizzazione di numerosi eventi quali, ad esempio "Buonanotte ai Suonatori", "Torna il ballo liscio", "La Notte Celeste", "Il Festival dei Tarocchi" e eventi legati al Natale. Si occupa inoltre della gestione degli ingressi nel Parco Rufus Thomas, l'arena all'aperto dove si svolgono le principali manifestazioni; dell'espletamento delle pratiche amministrative quali SCIA e SIAE; della vendita di biglietti

in caso di concerti a pagamento. Il tutto in piena sinergia con l'amministrazione comunale e le numerose associazioni di volontariato che operano nel territorio.

Sul piano della grafica e della comunicazione social, la pagina facebook, instagram e il sito [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it) sono stati periodicamente aggiornati e sempre connessi alle altre realtà territoriali, siano esse associazioni, uffici di informazione turistica, enti pubblici e privati. Tutto ciò è stato possibile soprattutto grazie alla competenza dell'operatore di Appennino Slow che si occupa di ciò e che, valore aggiunto, fa parte anche del team operativo di Extrabo. Infatti tutti i materiali da lui prodotti rispettano graficamente le linee guida richieste da Bologna Welcome e Città Metropolitana.

L'ufficio inoltre presta il proprio supporto ad eventi come il Porretta Soul Festival garantendo un'apertura continua nei quattro giorni di durata (anche serale) e cercando di indicare le strutture ricettive disponibili ai turisti che iniziano a prenotare un anno per l'altro. Si occupa anche della programmazione e del coordinamento, assieme alle associazioni del volontariato, degli eventi di tutto l'anno producendo un calendario eventi cartaceo e una grafica promozionale dedicata al web. Dall'anno scorso siamo in possesso di un totem pubblicitario, posizionato nel centro cittadino, che viene costantemente aggiornato con le locandine degli eventi dei dintorni. Inoltre gli operatori portano avanti parallelamente anche il lavoro di front-office che, soprattutto nei mesi estivi, è molto intenso per la quantità di presenze registrate, di richieste sul territorio e sugli eventi.

Per quanto riguarda gli obiettivi di miglioramento del servizio, abbiamo in programma:

- 1) rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale, grazie alla nuova riforma che prevede una collaborazione attiva tra i punti di informazione e lo IAT-R (in questo caso Sasso Marconi) per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;
- 2) collaborare attivamente con la Redazione Locale di Sasso Marconi;
- 3) rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione attraverso l'uso sempre più massiccio di sponsorizzate sui social, aggiornamenti sui siti web e del totem pubblicitario;
- 4) essere di supporto per implementare efficacia, efficienza ed economicità del sistema regionale, ragionando in ottica di sistema condividendo obiettivi ed azioni con le DMO e i Tavoli turistici territoriali;
- 5) collaborare con tour operator o agenzie di viaggio in termini di promozione e valorizzazione del prodotto in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2024;
- 6) implementare le informazioni territoriali sul sito [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it) creandone di nuove e aggiornando quelle già presenti.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Le azioni che intendiamo svolgere nel 2024 sono:

1. Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico: il personale degli uffici che hanno come RL lo IAT-R di Sasso Marconi devono essere preparati su un territorio più ampio per quanto riguarda i maggiori punti d'interesse, le strutture ricettive e gli eventi turistici. Occorrerà confrontarci con gli altri punti informativi creando desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico ed allargato che abbia come punto di riferimento la Redazione Locale, drive di informazioni condivisi e scambio costante di materiale informativo anche cartaceo;
2. Organizzazione di riunioni periodiche (anche online) tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori con la presenza dello staff dell'Appennino di eXtraBO per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise;

3. Condivisione di un unico drive di informazioni accessibile da tutti gli uffici turistici, suddivisi per servizi, strutture ricettive e di ristorazione, produttori locali, luoghi di interesse, correlati da immagini e video (qualora disponibili) per tutta l'area appenninica;
4. Collaborazione con l'attuale gestore (Appennino Slow) nella creazione di pacchetti legati al territorio e agli eventi per incentivare il pernottamento nelle strutture ricettive della zona e portando benefici all'economia locale;
5. Individuazione di uno staff trasversale per gli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro per lo studio e l'analisi di bandi per presentare progetti comuni che valorizzino l'intero territorio in termini di accessibilità, sostenibilità, innovazione;
6. Ampliamento del materiale fotografico, video e della mappatura dei luoghi dell'Appennino sul sito [discoveraltorenoterme.it](http://discoveraltorenoterme.it) come già iniziato nell'anno precedente, oltre a cambiamenti grafici e collegamenti funzionali all'interno del portale per renderlo più funzionale e accessibile anche da mobile;
7. Collaborazione con le associazioni del territorio per la creazione del calendario eventi comunale cercando di evitare sovrapposizioni dannose e promuovendo i maggiori sui canali di Bologna Estate e Sagre e Feste, oltre ad utilizzare la nostra newsletter, il totem pubblicitario, la diffusione del cartaceo e la collaborazione con gli altri uffici ed eXtraBo;
8. Organizzazione e gestione da parte di Appennino Slow di eventi turistici sul territorio, oltre alla partecipazione a fiere nazionali ed internazionali per promuovere il prodotto "Appennino".

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Come già indicato nella sezione precedente riguardante le azioni da intraprendere per il corretto funzionamento delle reti territoriali di informazione e accoglienza turistica, in un'ottica di miglioramento del servizio e della promozione territoriale ad ampio raggio, sono necessariamente due le linee guida da seguire:

1. Creazione di una rete capace di mettere in contatto efficacemente tutti gli uffici del nostro ambito territoriale e che abbia come capofila la Redazione Locale di Sasso Marconi, condividendo informazioni sia sul territorio che sugli eventi turistici di richiamo. Questo sarà possibile organizzando riunioni periodiche anche online, formando il personale e usando strumenti tecnologici in grado di archiviare e condividere le informazioni essenziali (drive, cloud ecc), collegando tra loro tutti i siti informativi e/o le pagine social di ogni ufficio che dovranno "sostenersi" a vicenda allargando sempre di più la copertura e ampliando il target;
2. Individuare un soggetto coordinatore che tenga le redini del progetto di messa in rete e che, attraverso gli accordi tra vari enti richiesti da CM in attuazione della nuova riforma, viene indicato come lo IAT R di Sasso Marconi. Tale ufficio, grazie alla figura responsabile della Redazione Locale, dovrà relazionarsi con tutti gli uffici, raccogliendo le informazioni necessarie, intervenendo ove necessario e organizzando incontri con il fine di far funzionare la rete territoriale locale al meglio.

Occorrerà lavorare partendo dalle fondamenta in quanto il territorio è ampio e ogni realtà ha le sue specificità e necessità, intessendo un progetto che ogni anno potrà solo che migliorare se gli attori saranno capaci di analizzare le criticità emerse in modo analitico creando al tempo stesso soluzioni fattibili.

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Per quanto riguarda l'accessibilità:

- apportare alcune accortezze tecnico-informatiche in modo che i nostri siti web siano senza barriere, accessibili quindi anche a non vedenti o ipovedenti con l'ausilio della strumentazione giusta;

- sensibilizzare con incontri albergatori e operatori del tessuto commerciale sul tema dell'accessibilità e inclusione dei servizi turistici, non solo per disabili, ma ampliando l'offerta per quelle minoranze che non trovano riscontro sul territorio (celiaci, vegani, vegetariani, comunità LGBTQ+ e altre) vedendola come un'opportunità anche commerciale, non solo a carattere etico.

Per quanto riguarda la sostenibilità:

- prosecuzione del progetto di sostenibilità ambientale e sicurezza "In Appennino si può" nato nel 2020 con promozione sui social e sensibilizzazione del turista;
- sensibilizzazione sul tema della raccolta differenziata con bidoni appositi presenti in occasione di ogni evento organizzato e promozione materiale sulla raccolta differenziata fornito da Cosea Ambiente e Hera;
- come da normativa di legge, utilizzo di materiale compostabile e non più di plastica in tutti gli eventi previsti a calendario.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

- Partecipazione ai tavoli di concertazione, ai tavoli territoriali metropolitani (Appennino) e ad alcune progettualità condivise;
- Condivisione materiale fotografico e video promozionale ricavato direttamente da escursioni sul territorio, anche utilizzando la GoPro o collaborando con Associazioni del terzo settore;
- Invio di materiale cartaceo su richiesta degli operatori.

#### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Per quanto riguarda l'animazione e l'intrattenimento turistico, l'ufficio ormai da anni risulta punto centrale nella programmazione degli eventi a supporto delle Associazioni operanti nel terzo settore del territorio, coordinando il calendario congiunto delle attività estive e natalizie, promuovendo le iniziative in tutti i canali in nostro possesso e supportando attivamente tali associazioni nella redazione delle pratiche (SCIA, SIAE, 118 ecc...) nonché nella gestione degli ingressi, qualora tali manifestazioni si dovessero svolgere nel Rufus Thomas Park nel centro di Porretta.

Appennino Slow, gestore dell'ufficio, si occupa poi direttamente dell'organizzazione e realizzazione di alcuni eventi ricorrenti come La Notte Celeste, Buonanotte ai suonatori (quest'anno con il concerto di Fausto Leali), il Festival dei Tarocchi (cover band di spessore come Killer Queen e Io e gli amici del re di Celentano), Sfilata di Moda, Serate Danzanti per tutta la stagione estiva.

Inoltre collaboriamo da anni con il Comune di Lizzano in Belvedere nella realizzazione di progetti congiunti presentati anche nell'ambito 2 del PTPL, che hanno previsto negli anni passati la realizzazione di concerti, proiezioni cinematografiche all'aperto e nei cinema del territorio, oltre ad escursioni ambientali e culturali.

#### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il passaggio della Redazione Locale allo IAT R vedrà un rinnovamento delle modalità di collaborazione che sicuramente verrà definito ad inizio 2024 attraverso alcuni incontri di programmazione e organizzazione.

Essendo tutti gestiti dalla stessa azienda, abbiamo già in essere degli strumenti di comunicazione interna che ci potranno agevolare in questo cambiamento.

Di seguito alcune azioni già concordate con gli altri uffici di riferimento:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche;
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito;

- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione;
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO);
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese);
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della Redazione Locale possa attingere per scrivere gli articoli;
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBo.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

La formazione professionale e l'aggiornamento degli addetti diventano punto centrale come da nuova riforma regionale. Al fine di riuscire a mantenere la qualifica di Ufficio IAT, tutti gli operatori dovranno adeguarsi alla nuova normativa. Per questo, per quanto riguarda l'addetta front office Francesca Lucchese, dipendente Comunale, è prevista l'iscrizione e l'ottenimento del titolo di Master di I livello in Tourism Management svolto in e-learning presso l'Università Nicolò Cusano di Roma, riconosciuta dal MIUR, con un piano didattico di 60 CFU equivalenti a 1500 ore di formazione su tematiche turistiche.

Per l'anno 2024, il personale degli IAT-R/IAT gestiti da Appennino Slow (Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro) continuerà il programma di formazione iniziato nel 2023 che ha visto numerosi sopralluoghi, visite ed escursioni sul territorio, ampliando le uscite a tutto l'Appennino.

Corsi (dove necessario) per l'ottenimento della certificazione di:

- Lingua inglese (certificazione B2 o superiore)
- Altra lingua straniera (certificazione B1 o superiore)

Corsi di approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici dell'Appennino (continuando la precedente formazione):

- Lezioni di territorio (5 uscite)
- Escursioni in ambiente (2 uscite) per conoscere il valore della sostenibilità e dell'inclusività (possibilità di un'uscita di accompagnamento con persone con disabilità visive)
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione: come creare pacchetti turistici

Corsi in materie turistiche:

- Conoscenza del territorio regionale, intesa come approfondimento dei principali aspetti ambientali, culturali e naturalistici
- Marketing territoriale
- I Social come strumento necessario per lo sviluppo della comunicazione turistica
- La comunicazione sostenibile: differenza tra green marketing e green washing

Oltre a questo, resteranno sempre aperte le possibilità di accedere ad una formazione accademica non più su base volontaria ma come obbligo formativo (con verifica finale interna) attraverso i corsi di Federica Web Learning, il Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale dell'Università di Napoli Federico II.

In particolare:

- Turismo Lento - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>
- Turismo Sostenibile - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=140>
- Management e marketing delle imprese turistiche - <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=242>

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 92.345,00**  
**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 92.345,00**  
**PUNTEGGIO: 65**  
**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## **6) Comune di San Benedetto Val di Sambro - WELCOME ROOM**

P.G. n. 67300/2023

Procedimento riconoscimento ufficio sospeso con P.G. n. 63089/2023

### **SEDE**

Piazza della Neve, 15 – (fraz. Madonna dei Fornelli) Comune di San Benedetto Val di Sambro

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il Comune di San Benedetto Val di Sambro presenta domanda di contributo per l'anno 2024 per il proseguimento del progetto di promozione turistica già avviato negli anni 2021, 2022 e 2023 e per la gestione dell'ufficio IAT innovativo denominato di recente Welcome Room, al fine di fornire servizi di informazione e accoglienza turistica, in ambito territoriale sovracomunale.

Il punto dedicato alle informazioni si trova nel centro di Madonna dei Fornelli, di fronte all'arrivo delle tappe dei cammini della Via degli Dei e della Via Mater Dei e, ponendosi come vetrina dell'Appennino, è ormai diventato un punto di riferimento importante sia per il turista passivo che attivo.

L'ufficio è nato per soddisfare le esigenze dei viaggiatori, delle comunità locali e di tutti coloro che vogliono andare alla scoperta dei luoghi e dei sentieri appenninici, raccogliendo stimoli e suggestioni, ricevendo consigli e suggerimenti, incrementando così le proprie conoscenze e appagando le proprie curiosità.

Lo spazio riservato al materiale informativo gratuito è in continuo aumento, sia di novità che di richieste: registriamo infatti una costante domanda di volantini, depliant e brochure dei cammini più consolidati: Via degli Dei, Via Mater Dei, Via della Lana e della Seta, dei sentieri dei Comuni limitrofi, dei sentieri ad anello sbvsoutdoor del Comune di San Benedetto Val di Sambro, dei sentieri della Bologna Montana Bike Area, dei borghi, dei parchi, degli eventi e delle manifestazioni di tutto il territorio appenninico, in particolare dell'Unione dell'Appennino bolognese e dell'Unione Savena Idice.

La presenza, sempre disponibile, di un computer con il collegamento alla linea veloce internet, completa il servizio e permette a chi lo consulta - turista o abitante - di informarsi in autonomia su come muoversi con i mezzi pubblici, cosa fare, cosa vedere, dove dormire, dove mangiare e fare acquisti, in Appennino o nelle città, per esempio Bologna o Firenze.

Gli ampi locali comunicanti con la Welcome Room, che costituiscono l'Emporio di Comunità Foiatonda, valorizzano la promozione e la vendita dei prodotti tipici delle realtà agricole e artigiane del territorio dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese e dell'Unione Savena Idice proponendo al viaggiatore un vero e proprio assaggio di montagna. Molto gradito e di grande interesse è anche lo spazio dedicato al materiale cartaceo in vendita, popolato da libri, fascicoli e riviste locali che trattano argomenti storici, culturali, enogastronomici e della tradizione. La vendita di abbigliamento, calzature e attrezzature da trekking, i prodotti di primo soccorso e altri articoli parafarmaceutici ampliano i servizi dedicati ai turisti e agli escursionisti.

Il tavolo social, volutamente realizzato quale luogo di incontro - vantando molte collaborazioni con realtà locali e non - ha visto frequenti appuntamenti di degustazione di prodotti tipici con numerosi gruppi di camminatori, presentazione di libri, incontri di formazione - per esempio sulla conoscenza dei prodotti a marchio De.Co come frutti antichi, in particolare della mela rosa romana - mostre di reperti della Seconda Guerra Mondiale oppure artistiche, proiezioni di documentari e film come ad esempio il cammino dei legionari che hanno percorso la Flaminia Militare da Bologna a Firenze.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

L'intenzione della Welcome Room di Madonna dei Fornelli è di accogliere i viaggiatori e gli abitanti in un luogo sicuro che possa promuovere tutto il nostro Appennino, creando al contempo coscienza e

consapevolezza di quelle che sono le sue enormi potenzialità e comunicando tutto questo sia all'interno del territorio, che all'esterno.

Per questi motivi si intende:

- mantenere viva una collaborazione proficua con la redazione locale e gli altri uffici turistici in modo da comunicare al meglio i luoghi e tutte le iniziative, trasmettendo allo stesso tempo l'idea di un unico territorio, ricco di meraviglie da scoprire e da vivere
- creare una rete con gli organizzatori di eventi come Pro Loco, Foiatonda e le associazioni locali per affiancarle ed aiutarle a creare proposte più consapevoli, sulle stesse linee guida della DMO
- promuovere uscite Outdoor Active&Slow incentrate sui cammini e sul cicloturismo, iniziative culturali e sportive, weekend esperienziali, cooking-class coinvolgendo le comunità locali ed eventi che possano rendere protagonisti i borghi storici, le bellezze naturali come i laghi, i boschi e i panorami unici nel territorio
- affiancare la redazione locale nella raccolta di contenuti di testo e foto/video per una narrazione veritiera ed autentica delle esperienze e dei nostri luoghi protagonisti
- continuare a patrocinare e organizzare gli eventi portati avanti in questi anni come ad esempio le rassegne di Crinali, Appennino in Tavola, il Festival dell'Aquilone in Appennino, Ave Cesare, Borghi di Vini, Antichi Sapori, Andare a Veglia e altri eventi di respiro più locale
- continuare a patrocinare e organizzare i progetti portati avanti in questi anni come ad esempio BOM Bologna Montana, la Via degli Dei, la Via Mater Dei, il cammino di Bologna Montana Land Art, la Bologna Montana Bike Area, le iniziative all'interno del Bologna Montana Evergreen Fest, ecc.
- invitare a visitare gli spazi dell'Emporio di comunità Foiatonda adiacenti alla Welcome Room, per far vivere al viaggiatore un'esperienza immersiva in montagna (con degustazioni enogastronomiche, narrazioni dal vivo sul territorio, mostre, convegni, proiezioni, a contatto con le realtà e le comunità locali)
- curare la comunicazione interna (al Comune e tra i punti informazioni) ed esterna
- condividere post informativi e di promozione sui canali social a disposizione, come Facebook (IAT + Comune di San Benedetto Val di Sambro), WhatsApp, sito internet comunale e newsletter.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

In questi anni è nata una proficua collaborazione con gli uffici IAT e UIT limitrofi, alcuni gestiti da **Appennino Slow**, come ad esempio l'ufficio **eXtraBo** (di cui come Comune facciamo parte), gli uffici di informazione di Monghidoro, Alto Reno Terme, di Sasso Marconi, del Molino del Pallone e con l'ufficio informazioni di Marzabotto.

Per quanto riguarda le reti territoriali è sempre più forte la collaborazione con i Comuni di **BOM Bologna Montana**: Monghidoro, Loiano, Monzuno, Castiglione dei Pepoli, Montereenzio e Pianoro, per una pianificazione delle iniziative dal respiro sovracomunale e per una comunicazione più coordinata.

Il legame con l'**Unione dell'Appennino bolognese** ha portato il Comune di San Benedetto e l'ufficio informazioni ad organizzare e a promuovere meravigliosamente molteplici progetti come la Via degli Dei e altre iniziative come ad esempio le rassegne di *Crinali*, *Appennino in Tavola*, *il Festival dell'Aquilone in Appennino*, *Ave Cesare*, *Borghi di Vini*, *Antichi Sapori*, *Andare a Veglia* e altri eventi di respiro più locale come *i cinema all'aperto*, *gli eventi nelle biblioteche*, *i concerti e le Tartufeste*.

È ormai consolidata anche la collaborazione con l'**Unione Savena Idice** per la promozione di numerosi progetti come ad esempio *BOM Bologna Montana*, *la Via Mater Dei*, *il cammino di Bologna Montana Land Art*, *la Bologna Montana Bike Area*, *le iniziative all'interno del Bologna Montana Evergreen Fest*, *la Bee Valley*, *l'anello delle grandi vie in e-bike: Flaminia Minor*, *Via Mater Dei* e *Via del Fantini*, ecc.

Questi progetti e queste sinergie già avviate saranno portate avanti anche nel 2024 e consentiranno di avere un costante aggiornamento sui programmi e le iniziative, portando il nostro ufficio, e quindi anche gli altri,

ad avere un piano di comunicazione / di informazione ad ampio raggio, sempre più integrata e coordinata, per raggiungere un numero molto più alto di potenziali fruitori delle offerte turistiche.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Grazie ad una collaborazione nata negli anni precedenti con realtà come *Yoda Aps*, *IT.A.CA Festival del turismo responsabile* e *la Girobussola*, presso la Welcome Room di Madonna dei Fornelli è e sarà possibile consultare le **mappe multisensoriali del territorio**, per una diversa fruizione degli itinerari in ambito turistico – culturale che valorizzi gli aspetti acustici, olfattivi e tattili, adatti proprio alle persone ipo e non vedenti.

Sempre in ottica di turismo accessibile e inclusivo, il Comune di San Benedetto Val di Sambro è tra i fondatori dei percorsi **All-inclusive in mountain bike**, curati con il progetto **Bologna Montana Bike Area** (in particolare del sentiero **All-Star** che attraversa il Comune in più punti). La Welcome Room, oltre a supportare il progetto, si occupa della promozione di questa sentieristica e di uscite a tema dedicate.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La **Welcome Room di San Benedetto Val di Sambro** sita in Madonna dei Fornelli, continuerà a scambiare informazioni in tempo reale e a portare avanti tutte le progettualità di promozione territoriale presente e futura, assieme ai gestori della DMO di riferimento.

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

La **Welcome Room di Madonna dei Fornelli**, appena si sarà assestata la nuova rete degli uffici informazioni, comunicherà in linea diretta con la Redazione Locale di riferimento, aggiornando sulle novità, i progetti, le iniziative e gli eventi del proprio territorio e, allo stesso tempo, condividendo con i propri canali di comunicazione le informazioni che riceverà sui territori limitrofi.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 13.400,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 13.400,00

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 7) Comune di Marzabotto - WELCOME ROOM

P.G. n. 67300/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2385/2023

### SEDE

Via Porrettana Sud, 1 - Marzabotto

### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

In coerenza con al DGR 2188/2022 gli obiettivi della welcome room possono essere così individuati:

- integrare la rete degli IAT collaborando in modo specifico con lo IAT R di Sasso Marconi punto di riferimento per l'intero sub-ambito dell'Appennino Bolognese ;
- garantire un sistema dinamico di informazione turistica;
- fornire ampia informazione multilingue sul patrimonio che caratterizza il nostro territorio, la storia e la memoria, le attività e gli eventi promossi, i servizi turistici, presenti sul territorio del Comune di Marzabotto;
- sfruttare tutte le potenzialità della tecnologia 4.0 per migliorare l'esperienza del turista.

**Il progetto di welcome room del sistema turistico di base del Comune di Marzabotto, prevede il mantenimento di personale con le competenze utili per realizzare un lavoro di valorizzazione territoriale attraverso attività di back office, realizzando progettazioni e attività in collaborazione con l'ufficio IAT R di Sasso Marconi, ExtraBo e i responsabili dell'area commerciale di Bologna Welcome, anche al fine di valorizzare quanto fatto fino ad ora, che può essere così sintetizzato:**

- Coordinamento e progettazione con **la biblioteca di Marzabotto e gli uffici cultura/turismo dell'Unione** Appennino Bolognese che organizzano eventi e rassegne di carattere turistico, culturale, enogastronomico ecc.
- Partecipazione agli incontri del Tavolo del Turismo dell'Appennino Bolognese,
- Incontri di coordinamento con i responsabili del progetto eXtraBo e dell'area commerciale di Bologna Welcome per valutare ed organizzare una promozione e valorizzazione mirata del territorio comunale, delle sue peculiarità ed eccellenze storiche, naturalistiche, culturali ed enogastronomiche, per la creazione di proposte tour e pacchetti turistici,
- Coordinamento con il personale dell'Ente **Parchi Emilia Orientale** per una promozione e valorizzazione dei Parchi e aree naturali protette della Città Metropolitana di Bologna, con particolare riferimento al Parco Storico di Monte Sole.
- Coordinamento e supporto nell'organizzazione di proposte scolastiche per itinerari, visite guidate e incontri, dedicati alla memoria e alla seconda Guerra Mondiale.
- Punto informazioni e vendita materiale per chi visita il **Sacrario di Marzabotto**.
- Valorizzazione del nuovo **Centro di Interpretazione di Monte Sole** per i percorsi storici dedicati a gruppi scolastici e gruppi organizzati.
- Incontri scadenzati con le **associazioni, proloco** e realtà del territorio che si occupano di promozione e valorizzazione territoriale, e in particolar modo per l'organizzazione di eventi, per seguire la realizzazione di un calendario eventi coordinato del territorio comunale e favorire la relativa promozione attraverso i canali di comunicazione dell'Ufficio IAT,
- Promozione di **strutture ricettive, di ristorazione e attività produttive del territorio**, fornendo supporto per la promozione delle attività, messa di rete territoriale delle peculiarità specifiche e inserimento in **pacchetti turistici** in collaborazione con la DMO Bologna e Modena. Fornitura di una dotazione/kit di materiale turistico cartaceo alle strutture ricettive e attività del territorio. È stato favorito l'interscambio di materiali promozionali tra i Comuni dell'Appennino, individuando lo IAT di Marzabotto come punto di scambio.
- Segnalazione di eventi turisticamente rilevanti del territorio per pubblicazione online sul sito "Sagre e feste del territorio bolognese" a cadenza bimestrale.
- Creazione e animazione quotidiana della **pagina Facebook "IAT Marzabotto"**. Oltre alla promozione degli eventi turisticamente e culturalmente rilevanti

- Creazione e gestione delle pagine **Google My Business**: “IAT Marzabotto”, “Centro di Interpretazione di Monte Sole” e “Casa della Cultura e della Memoria”, con la creazione dei relativi profili completi di informazioni, descrizioni e fotografie
- Ristampa di **materiale promozionale cartaceo** specifico del territorio di Marzabotto.
- **Analisi e censimento territoriale** per realizzare elenchi aggiornati relativi alle attività ricettive, di ristorazione e di produzione enogastronomica locale, relativo al territorio comunale di Marzabotto e del Parco Storico di Monte Sole (integrando quindi anche i territori di Grizzana Morandi e Monzuno). Sono stati utilizzati elenchi istituzionali (emiliaromagnaturismo.it e appenninobolognese.net) e si è completata la mappatura con una ricerca web (booking.it, airbnb.it ecc.)
- **Cicloturismo** al fine di valorizzare il percorso cicloturistico del fiume Reno, parte della Ciclovía del Sole (tratto Verona Firenze) che rientra nel più ampio percorso cicloturistico di rilevanza europea Eurovelo 7. L’attivazione di uno sviluppo dedicato al cicloturismo, prevede **la creazione di collaborazioni e rete con associazioni e operatori** che si occupano di cicloturismo locale per incentivare l’uso della ciclabile già esistente e ampliarne il potenziale.

L’ufficio turistico di Marzabotto garantisce il servizio di **“bike sharing”**, con un punto noleggio biciclette ed interscambio delle stesse, operativo per il territorio comunale, ma che permetta soprattutto un collegamento con servizi analoghi con i Comuni limitrofi e con la Città Metropolitana di Bologna per realizzare un percorso integrato.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

- Assicurare l’accoglienza turistica di base per turisti e visitatori di passaggio sul territorio della Valle del Reno (anche in lingua straniera) in forma singola ed organizzata;
- Promuovere le ricchezze del territorio dal punto di vista storico, culturale, naturalistico, turistico ed enogastronomico;
- Informare gli abitanti del territorio e i visitatori su eventi, iniziative, manifestazioni organizzate sul territorio anche tramite la distribuzione di materiale informativo e di promozione del territorio;
- Creare rete di collaborazione con soggetti locali pubblici e privati in ambito turistico (Ente Parco, GAL, tour operator, agenzie viaggi, Bologna Welcome, Comuni, altre associazioni e soggetti privati) per la realizzazione di un’offerta turistica coordinata;
- Ampliare l’offerta turistica e culturale nel comune di Marzabotto e comuni limitrofi sviluppando e aumentando la rete turistica operativa sul territorio;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive di ristorazione e commercio valorizzando i servizi offerti;
- Rafforzare il rapporto tra territorio e visitatori e fidelizzare il turista in visita in modo che si generi un passaparola efficace.

Le azioni iniziative si realizzeranno attraverso l’utilizzo di materiale informativo, desk e bacheche ma anche totem per un’esperienza di informazione completa; verrà inoltre garantita la presenza di personale competente e formato, per un’accoglienza integrale e personalizzata.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

La Welcome Room di Marzabotto inizierà la sua attività partendo dall’esperienza dell’Ufficio IAT attivo fino al 31/12/2023, già formato su un territorio più ampio, in grado di promuovere azioni di incontro con gli altri Comuni dell’Appennino Bolognese e forme di collaborazione con altri IAT/Welcome room. Desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico ed allargato ma sistemico sia sui siti turistici sia sui principali social network utilizzati, drive di informazioni condivisi, scambio costante di materiale informativo sovracomunale saranno la base su cui costruire una rete che vedrà tre livelli di collaborazione:

- a) con l’Ufficio **IAT R del Comune di Sasso Marconi**
- b) con i Comuni che non abbiano un infopoint sul territorio: **Monzuno e Grizzana Morandi** per la promozione del Parco Storico di Monte Sole e la Rocchetta Mattei
- c) con eXtraBo e Bologna Welcome quali infopoint sulla città di Bologna.

Si segnala inoltre che nell'ambito delle convenzioni in essere il Comune di Marzabotto collabora attivamente per la promozione della Via della Lana e della Seta con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Sasso Marconi, Grizzana Morandi, Camugnano e Castiglione dei Pepoli (parte bolognese del percorso).

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

La Welcome Room di Marzabotto prevede nell'anno 2024 di dotarsi di totem multimediale interattivo, a diretto utilizzo di turisti e visitatori fornendo in tempo reale informazioni di pubblica utilità e notizie di carattere turistico culturale.

Le informazioni fornite attraverso il totem, saranno fruibili sia con sottotitoli per utenti con disabilità uditiva che con audio per eventuale disabilità visiva.

Il totem multimediale assumerà necessariamente una struttura, modalità di esposizione dell'informazione, modalità di risposta al turista coerenti, adeguate e interconnesse al Progetto "Data Science e Digital Twins - focus Slow Tourism per una crescita sostenibile del turismo in Emilia-Romagna e prevederà un sistema affinché le informazioni siano sempre correttamente e automaticamente aggiornate, rispettando i criteri di accessibilità previsti dalle normative di riferimento.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Il progetto di welcome room del sistema turistico di base del Comune di Marzabotto, prevede il mantenimento di personale con le competenze utili per realizzare un lavoro di valorizzazione territoriale attraverso attività di back office, realizzando progettazioni e attività in collaborazione con l'ufficio eXtraBO e i responsabili dell'area commerciale di Bologna Welcome. Nello specifico, per ampliare l'offerta turistica e culturale nel Comune di Marzabotto, accrescere le presenze nelle strutture ricettive di ristorazione e commercio e per valorizzare il territorio comunale, è stata iniziata, e si intende proseguire, una progettazione specifica che permetta di sviluppare offerte turistiche indirizzate a singoli, famiglie, gruppi organizzati, enti e aziende, con la creazione di pacchetti turistici e tour giornalieri. Gli elementi che si intende valorizzare con queste proposte, sono le principali emergenze territoriali del Comune di Marzabotto con le specificità dei territori limitrofi dal punto di vista storico, culturale, naturalistico, turistico ed enogastronomico. Primario diventa il coinvolgimento diretto dei diversi operatori nell'ambito della ricettività, della ristorazione e valorizzando i piccoli produttori locali, in connessione con tutta l'area della Valle del Reno e le città di Bologna, Modena e Firenze. La collaborazione diretta con le DMO, permetterà la creazione di proposte, pacchetti turistici e tour da mettere sul mercato attraverso l'e-commerce e il catalogo prodotti (per clienti, tour operator, eventi fieristici ecc).

La comunicazione diretta con le DMO permetterà inoltre di collaborare alla narrazione territoriale con informazioni specifiche sul territorio di Marzabotto, in modo da agevolare la realizzazione di Promenade e piano editoriale della Destinazione, utile a valorizzare i contenuti dell'area turistica vasta (punti di interesse, tour, servizi, racconti, eventi ecc).

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Attualmente il Comune di Marzabotto è inserito in SITur (Sistema di Informazione regionale per il Turista). Per il prossimo anno l'Amministrazione intende attivare forme di collaborazione con la Redazione Locale di Sasso Marconi, quale sede di IAT R e RL con riferimento al sub-ambito Appennino Bolognese, prevedendo sia incontri di programmazione tra gli operatori addetti al turismo dei due enti che collaborando

all'implementazione delle bacheche informatiche che vedranno una sezione dedicata al nostro Comune. La collaborazione proseguirà inoltre condividendo le iniziative di maggiore rilievo attraverso i canali social (Facebook, Instagram e Telegram) oltre che sul sito web dell'Ufficio Iat di Sasso Marconi ([www.infosasso.it](http://www.infosasso.it)).

Al momento si può ipotizzare il seguente programma che andrà meglio declinato ad inizio 2024:

- Prima riunione organizzativa per definire nel dettaglio le modalità di collaborazione e le tempistiche;
- Riunione di redazione bimestrale (online) per la definizione delle linee editoriali per il sito;
- Definizione di un calendario editoriale semestrale (o stagionale, da valutare insieme) di programmazione;
- Definizione dei criteri per l'inserimento di: eventi, pacchetti turistici, manifestazioni (in accordo con la DMO);
- Condivisione di contenuti utili per il referente della RL per la scrittura di testi promozionali (in italiano e in inglese);
- Condivisione di un archivio (con un sistema di catalogazione suddiviso per territori e tematiche) di immagini e video da cui il referente della RL possa attingere per scrivere gli articoli;
- Creazione a più mani (abbinando nozioni di promozione a quelle più commerciali) per le proposte turistiche da inserire sul nuovo sito, in condivisione anche con eXtraBO.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 41.450,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00 (poichè la restante quota eccede l'importo massimo ammissibile per questa tipologia di ufficio ai sensi dell'Avviso pubblico)

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 8) Comune di Valsamoggia - IAT DIFFUSO

P.G. n. 67300/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2600/2023

### SEDE

Situato nei Comuni di Zola Predosa, Casalecchio Di Reno, Monte San Pietro e Valsamoggia, presso i seguenti esercizi:

- La Mandria – gestito da “Cooperativa Sociale Tatami”, presso via Risorgimento, 326 – Comune di Zola Predosa;
- Cà La Ghironda Resort – gestito da Vera s.r.l., presso via Leonardo da Vinci, 19 – Comune di Zola Predosa;
- Pro Loco Savigno Aps, presso Piazza XV Agosto – Comune di Valsamoggia;
- COPAPS Soc. coop. a R.L., presso via Panoramica, 36 presso Parco della Chiusa – Comune di Casalecchio di Reno;
- La Casola – Ristorante, presso via San Martino, 22/D – Comune di Monte San Pietro;
- Bar Due di Picche Snc, presso via Lavino, 419/A – Comune di Monte San Pietro.

### RELAZIONE GENERALE DELL’ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

I Comuni di Casalecchio di Reno, Monte San Pietro, Valsamoggia e Zola Predosa dal 2021 sperimentano con successo un modello di informazione e accoglienza innovativa e, ad oggi, unico nel territorio metropolitano di Bologna: è Il progetto degli INFO POINT DIFFUSI che coinvolge il tessuto commerciale e produttivo del territorio rendendolo parte attiva nell’ampliamento della possibilità per visitatori e turisti di ricevere informazioni su luoghi da visitare, percorsi, iniziative e manifestazioni di tutti i comuni coinvolti: Monte San Pietro, Valsamoggia, Zola Predosa e Casalecchio di Reno.

Gli Info Point Diffusi, infatti, si trovano presso strutture ricettive, attività commerciali, agricole e culturali del territorio di riferimento che diventano così veri e propri punti informativi dove il visitatore può trovare operatori formati in grado di fornire risposte (anche in lingua inglese) alle principali esigenze durante il soggiorno, così come dépliant e materiali informativi, nonché servizi utili.

Per poter fornire un servizio adeguato, agli operatori è stato richiesto come requisiti essenziali la conoscenza almeno della lingua inglese e orari di apertura consoni a fornire il servizio; a ciò è stato aggiunto un ciclo di incontri formativi in modalità webinar gestiti dai docenti del CAST - Centro Studi Avanzati sul Turismo - dell’Università di Bologna (sede di Rimini) per apprendere strumenti e modalità operative utili al potenziamento delle capacità di comunicazione, accoglienza del turista e conoscenza del territorio e degli altri operatori e incontri formativi più specifici.

La sperimentazione aveva come obiettivo il potenziamento dell’accoglienza turistica diffusa in un territorio che si presenta molto vasto (307,86 kmq) e la creazione di una rete virtuosa e collaborativa tra gli operatori turistici del territorio e le amministrazioni. Il progetto si è consolidato e ora i comuni coinvolti, afferenti allo IAT R di Sasso Marconi, portano in dote l’esperienza maturata e la consapevolezza della necessità di una formazione permanente, il coinvolgimento necessario delle realtà produttive e commerciali, vero presidio quotidiano del territorio e bussola sia dei flussi che delle richieste di turisti e visitatori in genere.

Elemento chiave del progetto è proprio il fatto che i quattro Comuni coinvolti hanno un’estensione territoriale molto vasta, una eterogeneità di patrimoni culturali e naturalistici e una grande ampiezza di panorami, molto diversificata (e che include due Patrimoni Unesco uno materiale e uno immateriale).

Partendo da queste premesse e sulla base delle suddette considerazioni, si è valutato di proseguire e qualificare l’esperienza degli Info Point Diffusi attraverso l’adesione al sistema regionale degli IAT diffusi, che, in linea con il nostro progetto, permetteranno parimenti di garantire una informazione turistica diffusa,

con l'obiettivo principale di mettere in risalto le risorse uniche di ogni area attraverso una narrazione più ampia e grazie alle proprie reti e le proprie eccellenze.

In quest'ottica quindi, diventa quanto mai importante, il coinvolgimento delle attività e comunità locali nel processo di accoglienza e informazione turistica rappresentando un modo estremamente efficace di diffondere informazioni accurate, corrette e accattivanti che non solo favoriscono l'ospitalità, ma creano anche un senso di orgoglio e appartenenza.

Siamo nella salda convinzione che questa scelta organizzativa sia uno strumento formidabile per favorire il consolidamento di importanti valori quali l'accoglienza, l'inclusione e la sostenibilità. Questa certezza è ulteriormente rafforzata dal fatto che lo spostamento verso il digitale di tante attività di informazione ed accoglienza turistica e l'aggregazione degli uffici IAT in punti sovracomunali che servono un territorio molto vasto, rendano assolutamente necessaria una forma di assistenza fisica sul territorio, anche per garantire quel appoggio fondamentale ai soggetti più fragili e non facilmente raggiungibili con i canali virtuali.

Come quindi descritto, l'esperienza degli Info Point Diffusi ci ha dimostrato il grande vantaggio di poter contare su una rete diffusa sul territorio, che, se opportunamente coordinata, è in grado di garantire capillarità nelle informazioni, velocità nel reperimento delle stesse e alta capacità di risposta.

Anche da un punto di vista della coesione territoriale, inoltre, la scelta di avvalersi di questo modello organizzativo permetterà di far sentire incluse e centrali anche attività posizionate in zone periferiche che difficilmente, altrimenti, sarebbero state direttamente coinvolte.

Dal punto di vista della sostenibilità ambientale, invece, crediamo che fornire informazioni ai turisti sulle varie modalità di conservazione ambientale e sugli approcci sostenibili direttamente dalle persone e dalle attività che vivono quei luoghi -il vero e proprio approccio bottom up- possa incoraggiare in modo molto più efficace i visitatori a essere consapevoli dell'impatto delle proprie azioni. Inoltre, promuovere itinerari e attività che rispettano l'ambiente contribuisce alla tutela del patrimonio naturale e culturale, contribuendo alla consapevolezza condivisa del Bene comune con grandi vantaggi per territorio e amministrazioni locali.

Riassumendo, una rete di attività di accoglienza e informazione diffuse sul territorio ha molteplici importanti funzioni e ben si colloca in un'organizzazione di area vasta come quella disegnata dalla nuova riforma regionale ed adeguatamente coordinata dalle strutture tecniche:

- presidio del territorio dal basso, in termini di capacità di risposta ed accoglienza turistica, grazie ad un patrimonio di relazioni territoriali e conoscenze locali da salvaguardare e trasmettere. Avere delle attività coinvolte e impegnate in questo compito, significa, fra le altre cose, fare cultura e sensibilizzare sui temi dell'accoglienza turistica e del marketing territoriale e la capacità di sapersi raccontare, coinvolgendo sempre di più anche nuove realtà e start up;
- raccordo con i punti sovraordinati della rete, per garantire una corretta e puntuale informazione in tutti i portali ed iniziative istituzionali di racconto del territorio. Un raccordo sinergico con lo IAT R di riferimento inoltre garantirà l'inserimento di adeguate proposte nei pacchetti turistici oggetto di commercializzazione;
- approccio all'accoglienza turistica in modo capillare e diffuso su tutto il territorio in cui anche gli attori privati affiancano quelli pubblici: questo approccio assume un ruolo fondamentale nel plasmare esperienze indimenticabili per i visitatori e nel promuovere lo sviluppo sostenibile delle comunità locali;
- racconto del territorio in modo coeso e coinvolgente, tassello fondamentale per un'esperienza turistica "immersiva", che non si limita alla visita delle principali attrazioni culturali e turistiche o all'esperienza enogastronomica di livello che il nostro territorio può vantare, ma riguarda ogni aspetto del vivere quotidianamente un territorio in modo autentico. In questo senso, anche una colazione al bar o una visita ad un'edicola può diventare parte integrante della visita e della conoscenza di un territorio, restituendo al visitatore un'esperienza di vicinanza e di autenticità che è sicuramente molto apprezzata e ricercata.

In conclusione, un'informazione turistica diffusa crea connessioni profonde tra i viaggiatori e le destinazioni, supportando contemporaneamente lo sviluppo armonico delle comunità locali e, non ultimo, portando ad una fidelizzazione del turista ad un territorio nel quale si trova meglio che a casa.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Partendo dall'esperienza consolidata degli Info Point diffusi già presenti sul territorio, nel corso del 2024, al fine di avviare il sistema di IAT Diffuso "Colli Bolognesi", si prevede di:

- creare un coordinamento unico di back office che si occupi di mantenere formati, informati e collegati tra di loro gli IAT diffusi sul territorio e contestualmente funga da raccordo con lo IAT R di Sasso Marconi;
- avviare dei corsi di formazione o di aggiornamento per gli operatori dello IAT Diffuso;
- realizzare vetrofanie e totem da collocare nei punti che hanno aderito al progetto di IAT Diffuso;
- realizzare materiale informativo digitale e cartaceo sui 4 comuni afferenti e sull'ambito territoriale Appennino;
- mantenere aggiornati i canali di comunicazione esistenti, adeguandoli al nuovo sistema di informazione turistica al fine di tenere collegati, coinvolti e informati anche tutti gli altri operatori che lavorano nel mondo dell'accoglienza e del turismo sui quattro territori comunali coinvolti.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Mediante il suddetto sistema di back office e alla luce della già evidenziata necessità di coordinare tutti i soggetti che si occupano di informazione turistica sul territorio nonché tutti coloro che sono coinvolti nella definizione di strategie turistiche a ogni livello, si prevede di:

- mantenere attivo, come già sperimentato negli anni passati, un tavolo di coordinamento presieduto dalla parte politica che, via via, coinvolge i tecnici, gli operatori economici e culturali, le associazioni e gli stakeholder con l'obiettivo di condividere strategie di valorizzazione e promozione del territorio ampio, ma anche diffondere opportunità e possibilità derivanti da bandi e avvisi;
- conservare e implementare la newsletter settimanale di informazione dedicata agli info point diffusi, agli iat diffusi (newsletter che gli operatori stessi possono stampare e distribuire ai turisti che a essi si rivolgono), ma anche agli operatori turistici in generale;
- coordinarsi con le redazioni e i portali turistici locali, metropolitani e regionali al fine di mantenere i contenuti sempre aggiornati e disponibili;
- programmare incontri periodici con gli operatori al fine di ascoltare necessità e bisogni e condividere strategie e progetti.

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Premesso che gli IAT Diffusi dovranno, come da normativa, essere accessibili e privi di barriere architettoniche nonché disporre di collegamento internet/wi-fi da mettere a disposizione gratuita per il visitatore/turista, per quanto riguarda il perseguimento degli obiettivi di inclusione e sostenibilità e in linea con gli attuali trend di evoluzione del turismo, gli operatori, coordinati dal sistema di back office, dovranno:

- offrire un'accoglienza umana e autentica che racconti il territorio e le sue peculiarità culturali ed enogastronomiche mediante le storie dei piccoli produttori e artigiani locali;
- promuovere i tanti eventi culturali diffusi che animano, stagione dopo stagione, luoghi insoliti quali borghetti, ville, giardini, corti, cortili, aziende agricole, etc;
- valorizzare e diffondere il turismo outdoor mediante la promozione degli itinerari cicloturistici e dei percorsi escursionistici presenti sui territori.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Mediante gli strumenti di cui sopra (coordinamento in back office, incontri periodici, canali di comunicazione digitali, etc) verranno condivise con gli operatori turistici territoriali le opportunità derivanti dai progetti del Territorio Turistico Bologna-Modena e delle relative DMO (ad. es. Weekend del Gusto, Autunno Fuori dal Comune, etc) affinché possano partecipare direttamente alle attività proposte nonché diffondere tramite i loro canali quanto proposto.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Per gli operatori già aderenti alla rete locale di Info Point diffuso che hanno, quindi, già preso parte nel 2021 al ciclo di incontri formativi in modalità webinar gestiti dai docenti del CAST - Centro Studi Avanzati sul Turismo - dell'Università di Bologna (sede di Rimini), si prevede l'organizzazione di un corso di aggiornamento della durata di 10 ore focalizzato, in particolare, sulla conoscenza continua del territorio, dei suoi percorsi turistici, escursionistici ed enogastronomici.

Per quanto riguarda, invece, gli operatori che si affacceranno per la prima volta al sistema di informazione turistica diffuso locale, si prevede un corso di ulteriori 10 ore (quindi 10+10 ore) finalizzato anche ad apprendere strumenti e modalità operative utili al potenziamento delle capacità di comunicazione, accoglienza del turista.

**TOTALE SPESE PREVISTE: € 30.000,00**

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 30.000,00**

**PUNTEGGIO: 60**

**FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA**

## **9) Nuovo Circondario Imolese - IAT R**

P.G. n. 67363/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2384/2023

### **SEDE**

Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari, Piazza Ayrton Senna da Silva, 2 – Imola (BO)

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a IF (Con scadenza concessione al 31.12.2024)

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il Nuovo Circondario Imolese ha colto l'occasione presentatasi con la riforma regionale relativa alla riorganizzazione dei servizi di accoglienza e informazione turistica per chiedere il riconoscimento di uno IAT R, tipologia di ufficio sino ad ora non presente sul territorio circondariale. Della gestione di tale nuova realtà se ne occuperà la società IF – Imola Faenza Tourism Company, individuando nella sua sede, presso l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari di Imola, la location consona alle attività in capo allo IAT R. La sede di IF, infatti, rispetta i requisiti di localizzazione previsti dalla nuova regolamentazione, trovandosi all'interno di un'infrastruttura che corrisponde ad uno dei principali attrattori turistici del territorio quale è l'autodromo. L'obiettivo è quello di sfruttare, appunto, l'attrattività della struttura, utile alla promozione turistica generale e tesa a configurare un hub quale punto di riferimento e snodo di ogni visita nel territorio, rendendo l'area turisticamente interessante ogni giorno e non solo in occasione dei grandi eventi motoristici. Inoltre, l'Ufficio garantisce l'accessibilità a tutti, anche alle persone con disabilità motoria: è collocato al piano terra nel paddock 0, corredato di opportuni scivoli e ampio parcheggio con vari posti riservati a portatori di disabilità, oltre a essere privo di barriere architettoniche. Si segnala, infine, sempre nel contesto dell'accessibilità, che in prossimità dell'Ufficio sono installati dei pannelli per le persone con disabilità visiva che permettono tramite lettura del braille di avere informazioni sull'Autodromo e sulle principali attrazioni di Imola.

L'ufficio IAT R di Imola sarà al centro di un sistema turistico omogeneo e integrato che include l'intero territorio del Nuovo Circondario Imolese. All'interno dell'ufficio, opportunamente rimodulato, i Comuni, infatti, troveranno uno spazio dedicato e una “vetrina promozionale” del territorio, situata in una fra le infrastrutture di eccellenza del territorio. Lo IAT R sarà a disposizione dei Comuni ai quali sarà offerta visibilità attraverso questa vetrina sia per la distribuzione di materiale informativo, sia per la vendita di gadget tematici e/o prodotti del territorio. Attualmente IF ha in essere un contratto con il Nuovo Circondario Imolese per la realizzazione di servizi di promo-commercializzazione che comprende anche il servizio di gestione della Redazione Locale dell'area imolese facente capo al S.I.Tur.

Lo staff di IF è in possesso dei requisiti professionali e tecnici richiesti dalla nuova normativa, compresa la titolarità di Agenzia Viaggi da almeno tre anni. Tramite l'incarico dato ad IF, il Nuovo Circondario potrà vantare una gestione dell'ufficio con risorse umane dotate di alta specializzazione che non si limiti soltanto alle capacità di accogliere e informare il turista ma anche a quelle di programmare e gestire per tutta l'area circondariale una visita turistica, prenotare un pernottamento, promuovere e vendere prodotti del territorio e utilizzare i software necessari per aggiornare i portali di informazione al turista o per rilevare le presenze e gli arrivi turistici. Oltre a garantire le esigenze di flessibilità in ordine agli orari di apertura e alle stagionalità. Oltre a questo, il Nuovo Circondario, nel proprio ruolo di coordinamento degli uffici turistici territoriali - IAT Dozza e WELCOME ROOM Imola – e dell'informazione turistica generale, ritiene importante predisporre un servizio migliorativo rispetto agli standard qualitativi di base, offrendo servizi autentici a turisti ed escursionisti che frequentano il territorio, soprattutto in determinati momenti di particolare affluenza, ad esempio in occasione di eventi (IAT MOBILE). Con questa modalità si intende ampliare il servizio nei

confronti degli ospiti, portando l'accoglienza e l'informazione sulle piazze, nelle vie e nei punti strategici del territorio.

Inoltre, ci si attiverà affinché venga realizzata in maniera ancora più forte l'organizzazione di tour per gruppi e singoli che desiderino scoprire il territorio in particolari occasioni, svolgendo attività di sostegno alle guide ed agli accompagnatori turistici e commercializzando tramite l'Agenzia Viaggi tali proposte. Per favorire l'incremento dell'attività, sarà definito periodicamente un cartellone delle visite/tour che si svolgeranno sul territorio, promuovendone quindi la comunicazione. Per fare ciò, saranno stampati dépliant, brochure, flyer, manifesti e locandine promozionali per le visite guidate, in lingua italiano/inglese, con relativa distribuzione presso tutte le strutture ospitali del territorio ed i luoghi pubblici. Per "commercializzare" le offerte e le specificità del territorio, ed in tal caso non si fa riferimento alle sole opzioni di pernottamento, ma all'intero ventaglio di opportunità che il territorio è in grado di offrire si svilupperà, ad esempio, l'attività relativa alla vendita di libri, guide, cartoline e di altri gadget del territorio, in quanto ciò rappresenta un servizio utile per i clienti e, allo stesso tempo, anche un sostegno alle imprese del territorio. Queste ultime saranno sollecitate perché realizzino al loro interno dei corner "information" contenenti tutto il materiale informativo del territorio così che possano abbinare alla vendita dei loro prodotti anche il concetto di ospitalità tanto caro alla nostra regione. L'intento è di far entrare, nei prossimi anni, le aziende (in particolare le imprese artigianali e quelle di produzione delle eccellenze enogastronomiche) di diritto, nella rete degli IAT diffusi, diventando quindi a tutti gli effetti punti di snodo per gli ospiti sull'intero territorio. Aumentare la presenza sul territorio di persone che siano in grado di fornire informazioni ma, al tempo stesso, abbiano una presenza ed un ruolo "istituzionale" è un consolidato vantaggio per tutte le aree turistiche, e quindi lo può diventare anche per il Circondario.

Ciò permetterà al territorio di ottenere i seguenti benefici: migliorare l'accoglienza nei momenti di alti afflussi turistici; offrire agli ospiti un'immagine di alta attenzione; offrire agli ospiti un servizio di assistenza di livello, molto personale e di grande impatto comunicativo; garantire un positivo riscontro sulla stampa, ridando slancio al concetto di "destinazione ospitale"; far parlare positivamente del territorio, connotandosi come identità turistica; fornire a turisti, visitatori, escursionisti informazioni di tipo non solo turistico.

Presso lo IAT R sarà garantita la presenza di almeno due unità di personale al front office che saranno implementate in adeguamento ai flussi turistici nei periodi di massima affluenza. Inoltre, vi sarà una persona in back office dedicata alle attività di coordinamento dei servizi di promo-commercializzazione. L'ufficio rimarrà aperto tutto l'anno ad esclusione delle seguenti giornate: 1 gennaio, 25 e 26 dicembre, Pasqua.

Eventuali aperture e/o chiusure supplementari (fatti salvo gli standard minimi) saranno valutate nel corso dell'anno sulla base dei flussi turistici.

Il periodo di massima affluenza è individuato dal mese di aprile al mese di settembre. Saranno garantiti i seguenti orari di apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 18.00 (orario continuato); sabato, domenica e festivi dalle 10.00 alle 17.00 (orario continuato); 24 e 31 dicembre 2024 dalle 9.30 alle 12.30.

In orario di chiusura è garantito il reperimento delle informazioni attraverso le seguenti modalità: consultazione dei seguenti siti web [www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it), [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it), banner digitali esterni all'Ufficio di volta in volta aggiornati con informazioni sui principali eventi/iniziative.

Nell'ambito del progetto saranno espletati i seguenti servizi sia in ottemperanza a quanto richiesto dalla normativa, sia in base ad esigenze specifiche del territorio: fornire informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'intero territorio regionale; fornire assistenza ai turisti; fornire materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale in orari di apertura; realizzazione di materiali informativi e promozionali; fornire assistenza diretta, anche in lingua straniera, in orari di apertura; mettere a disposizione del turista una connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita; accoglienza e/o realizzazione educational per giornalisti, blogger, troupe televisive e cinematografiche o per altri stakeholder, qualora se ne verifichi la necessità; possibilità, in accordo con i Comuni e/o il Circondario, di svolgere attività di informazione e accoglienza turistica al di fuori della propria sede usuale, in occasioni di eventi di particolare rilevanza turistica (IAT Mobile); gestione e implementazione di archivi fotografici e multimediali relativi al proprio territorio di riferimento; vendita di pubblicazioni,

merchandising e prodotti tipici, nel rispetto della normativa vigente; raccolta ed elaborazione dei dati statistici a livello turistico per il territorio; attivazione sistema di monitoraggio flussi di accesso al front office.

Per quel che concerne le attività di comunicazione, il Circondario è titolare della Redazione Locale dell'area imolese con sede proprio presso gli uffici di IF, che è incaricata della gestione. Il portale, che è stato oggetto di un importante restyling nel corso del 2023 da parte della Città Metropolitana, consente di essere in rete con il sito di informazione turistica regionale. Inoltre, saranno attivate maggiori connessioni con gli altri siti di informazione e promozione del territorio (ad esempio il nuovo portale dedicato alle eccellenze territoriali "Terre&Motori", ma sarà importante attivare link con i siti del Parco, dei Comuni, etc.). Tali azioni saranno integrate da altri importanti canali di comunicazione quali Facebook ed Instagram dedicati, materiali informativi cartacei opportunamente studiati e tematizzati, inserimento degli eventi nella newsletter di IF, etc. Con questo progetto il Circondario Imolese intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese, al fine di mantenere salde le collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni del Circondario al fine di raggiungere i seguenti obiettivi: offrire servizi di informazione e accoglienza turistica di qualità e in grado di rispondere alle diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori; favorire e stimolare il definirsi di un'offerta di prodotti turistici aventi alti standard qualitativi; aumentare la permanenza dei turisti sul territorio; grazie alla gestione dell'intera filiera turistica, perseguire lo sviluppo di un'offerta turistica omogenea sul territorio del Circondario anche con azioni di formazione continue dedicate agli operatori turistici locali.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Per l'anno 2024 l'Ufficio IAT R di Imola, confermato tale con determinazione dirigenziale della Città Metropolitana di Bologna n. 2384 del 17/10/2023 intende svolgere le principali azioni di informazione e accoglienza turistica relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento, sull'intero territorio circondariale e metropolitano, nonché sull'area dell'intera destinazione turistica di riferimento per garantire un servizio di alta qualità. In orario di apertura al pubblico, l'Ufficio fornirà assistenza diretta ai turisti (anche in lingua straniera), nonché materiale informativo e promozionale. In tal senso si procederà alla realizzazione di opportuno materiale in coordinamento con gli altri Uffici di informazione riconosciuti. Si procederà con la realizzazione e installazione di opportuna segnaletica turistica relativa allo IAT R come da indicazioni regionali (attualmente l'ufficio è dotato di propria segnaletica indicativa di "info point", nonché di totem esterno che guida all'ingresso dell'Ufficio). Oltre alla realizzazione ex novo di materiale cartaceo promozionale e alle modifiche/integrazioni/aggiornamento di quello già in essere (ad esempio calendario eventi marzo-agosto e settembre-dicembre), sarà ideata una nuova linea di prodotti personalizzata con il logo turistico del Circondario, una serie di gadget (shopper, matite, calamite, agende, etc.) di diverse fasce di prezzo che possano lasciare un ricordo nell'ospite.

Per promuovere al meglio il territorio e incentivare il turismo, saranno messi a disposizione degli operatori locali, i canali di vendita online di IF Imola Faenza Tourism Company (sincronizzazione offerte con canale Trekksoft anche su emiliaromagnawelcome.it e, da inizio 2024, sul sito della Redazione Locale area imolese).

Tali canali saranno "animati" da esperienze di visita. Le esperienze selezionate verranno pubblicate sul sito [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it) e saranno collegate al tema dell'offerta turistica di riferimento (visite guidate e tour, motori, food experience, natura e outdoor, benessere, location eventi e wedding, pacchetti con pernottamento, arte e cultura, etc.)

Tra i servizi offerti citiamo:

- vendita di camere;
- vendita di pacchetti turistici;
- vendita di biglietti di ingresso a musei, teatri, per manifestazioni ed eventi, etc.;
- vendita di servizi di visita guidata presso i musei, gli edifici storici, i luoghi simbolo della città;
- noleggio biciclette;

- organizzazione di tour tematici (tutti i servizi saranno organizzati in collaborazione con le guide naturalistiche e antropologiche del Parco della Vena del Gesso Romagnola, le guide turistiche locali, i musei, le associazioni locali, etc...);
- organizzazione di appuntamenti settimanali di accompagnamento presso aziende del territorio (ad es. visite alle aziende agricole e agrituristiche con degustazioni, etc.);
- organizzazione di tour tematici e trekking urbani in occasione di eventi, feste, sagre, etc.

Si specifica che le entrate di tali servizi saranno direttamente afferenti al soggetto gestore e non ricompresi nel piano economico-finanziario di cui all'allegato 2.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, il 2024 sarà improntato a sviluppare un'incisiva collaborazione con i comuni e gli Uffici Turistici del territorio circondariale condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. IF stessa, che avrà l'incarico di gestire lo IAT R anche nella sua veste più ampia di hub territoriale, rappresenta il soggetto aggregatore del territorio turistico con la capacità di mettere a regime tutti i valori degli ambiti territoriali coinvolti. Eliminando quindi i confini amministrativi, si opererà per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale, nonché per sviluppare prodotti turistici condivisi ed immetterli sui mercati di interesse. La stessa compagine sociale pubblico-privata di IF è fortemente rappresentativa del territorio; ai soci pubblici, rappresentati dal Con.Ami, dal Nuovo Circondario Imolese stesso, dall'Ente Parchi e Biodiversità Romagna, si uniscono i soci privati: tutte le Associazioni di categoria rappresentative del mondo del commercio, della cooperazione, dell'artigianato e dell'agricoltura, le Terme di Castel San Pietro, i principali hotel del territorio, l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna, il Villaggio della Salute Più, il golf club Le Fonti, la Proloco Alidosana, la cooperativa L.A.C.M.E, Ecosistema, etc. Solo per citare i principali soggetti coi quali sono in corso collaborazioni su progetti e temi turistici. In particolare la presenza del Con.Ami, Consorzio di 23 Comuni dell'area imolese e faentina, oltre ai 3 Comuni della Toscana (Palazzuolo sul Senio, Marradi e Firenzuola), garantisce una forte sinergia con le amministrazioni locali, ne facilita il dialogo e le modalità di condivisione degli obiettivi e delle strategie con le rispettive Destinazioni Turistiche di riferimento. In questi anni il Circondario tramite la propria DMC IF si è dedicato al rafforzamento delle attività da effettuare in sinergia con le DMO e le altre DMC dei territori limitrofi (Bologna, Modena, etc.) in modo da attivare un meccanismo virtuoso di scambi di servizi turistici e condivisione di offerte e pacchetti turistici che coinvolgano un territorio sempre più ampio. L'efficacia della strategia è rafforzata anche tramite la gestione di una postazione all'interno dell'info point turistico eXtraBO che consente di fare sinergia con gli altri soggetti dell'area metropolitana e del Territorio Turistico Bologna-Modena che coordinano e realizzano iniziative e progetti che hanno ricadute su tutto il territorio e permettono di innalzare il livello di qualità turistica. È quindi fondamentale per il Circondario continuare a curare, così come fatto in questi anni, le relazioni con tali soggetti, ciascuno dei quali ha proprie competenze specifiche, complementari e sinergiche tra loro, all'interno della strategia regionale in materia di politiche turistiche.

Infine, per creare una rete virtuale di informazioni in grado di accogliere i turisti e fornire loro tutte le informazioni di cui hanno bisogno, l'Ufficio IAT R di Imola sarà impegnato quotidianamente a mantenere aggiornati i vari siti del territorio e i siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e quello ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese. Inoltre, tramite social saranno diffuse, in base ad un piano editoriale condiviso, le informazioni circa eventi e attrattive dell'area circondariale.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E**

## **ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Sta diventando sempre più importante sapere interpretare il cambiamento: negli ultimi anni, infatti, si è potuto notare come sia cambiata la spinta motivazionale di italiani e stranieri nel decidere come trascorrere un periodo di vacanza/soggiorno. Ciò che è apparso ancora più evidente in questo ultimo periodo è la forte importanza del tema della sostenibilità, della natura, degli spazi all'aperto e di tutto ciò che rappresenta uno stile di vita sano. In sostanza, tutte quelle opzioni che garantiscono la possibilità di fare nuove scoperte di piccoli luoghi, di fare movimento slow e di dare piena soddisfazione ai desideri dei viaggiatori altamente sensibili. In quest'ottica occorre utilizzare un nuovo approccio al turismo nell'area circondariale, approccio che passa in primis dalla gestione delle informazioni e dei servizi in modo che l'intera filiera possa contribuire a creare benessere sociale e valore economico diffuso che sono, poi, i principi su cui si basa la sostenibilità.

Il territorio del Nuovo Circondario Imolese vanta una ricca selezione di percorsi sia di trekking, sia da realizzare in bici. Per tale motivo, come già indicato nei punti precedenti, lo IAT R all'interno dell'Autodromo di Imola Enzo e Dino Ferrari, oltre a fornire informazioni dettagliate sui percorsi e materiale tematico, fungerà anche da punto di riferimento per camminatori e soprattutto per cicloturisti per la prenotazione di vari servizi: guide cicloturistiche, noleggio biciclette, assistenza tecnica, transfer, trasporto bagagli. Mentre, con possibilità di accedervi sia dall'interno dell'Ufficio, sia esternamente, sarà possibile scaricare QRCode che rimandano alla sezione del sito dove è possibile visionare e scaricare le tracce GPS dei vari itinerari. La modalità del QRCode sarà utilizzata anche in occasione della realizzazione di nuovi materiali cartacei, dando così, da un lato, all'utente la possibilità di ottenere informazioni sempre aggiornate e dall'altro di evitare eccessivo consumo di carta nell'ottica della sostenibilità. Grazie all'App "VisitAREIMOLA,", scaricabile gratuitamente su smartphone, è possibile scegliere tra gli itinerari proposti e andare alla scoperta della città. Sarà implementata l'attuale newsletter (a cui è possibile iscriversi dal sito [visitareimola.it](http://visitareimola.it)) che consente di ricevere periodicamente un messaggio sulle iniziative culturali, teatrali, musicali, sportive ed enogastronomiche in programma nel territorio imolese. In quest'ottica per essere in sintonia con le richieste di un'utenza sempre più tecnologica, si procederà con azioni di implementazione dei siti di promozione turistica già attivi sul territorio di riferimento dei Comuni del Circondario (naturalmente [www.visitareimola.it](http://www.visitareimola.it), [www.imolafaenza.it](http://www.imolafaenza.it), ma anche [www.terremotori.it](http://www.terremotori.it), [www.cicloviadelsanterno.net](http://www.cicloviadelsanterno.net)) nell'ottica di favorire il coordinamento e il dialogo delle informazioni e il link all'offerta contenuta sui siti di promozione turistica (un sistema più efficiente, semplice e razionale).

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Come descritto nei punti precedenti rimane fondamentale la condivisione con le DMO per rafforzare i servizi e le risorse delle varie identità territoriali nell'ottica di una pianificazione strategica unitaria. Nel corso del 2024, pertanto, sarà sempre mantenuto vivo e costante il dialogo con le DMO di riferimento soprattutto per quanto riguarda l'allineamento delle azioni di comunicazione con particolare riguardo al web marketing del territorio.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Lo IAT R di Imola intende implementare le attività di animazione e intrattenimento turistico del territorio già dal primo anno di apertura tramite iniziative di promozione di eventi e manifestazioni organizzate in autonomia o in collaborazione con altri enti/operatori turistici.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il Nuovo Circondario Imolese ha la titolarità della Redazione Locale dell'area imolese facente parte del Sistema Informativo Turistico Regionale. La gestione della Redazione Locale è stata affidata ad IF che si occuperà, in virtù di tale incarico, di svolgere tutte le azioni richieste per l'anno 2024 in merito alle attività funzionali all'alimentazione dei contenuti richiesti per l'aggiornamento del sito in accordo con la Redazione Locale Regionale e la Città Metropolitana. Nel corso del 2023 la Città metropolitana ha proceduto al rinnovamento del sito della Redazione Locale dell'Area Imolese trasferendolo su server di Bologna Welcome.

Il nuovo sito integra tutte le funzionalità che dovranno gestire l'HUB (IAT-R) comprese quelle di prenotazione e vendita di servizi turistici. Il caricamento dei dati sul nuovo sito consente, previa validazione a cura del redattore (IF su incarico del Circondario), la loro visualizzazione anche sul portale metropolitano [www.bolognawelcome.it](http://www.bolognawelcome.it) e sul portale regionale [www.emiliaromagnaturismo.it](http://www.emiliaromagnaturismo.it). Si provvederà, pertanto, nel corso del 2024 ad un attento lavoro di revisione dei contenuti e di implementazione di nuove foto.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Per garantire i servizi di front e back il Nuovo Circondario, a seguito di incarico, utilizzerà personale di IF adeguatamente formato e che risponde ai requisiti di comprovata esperienza e conoscenza degli aspetti culturali, naturalistici e paesaggistici, degli eventi e delle iniziative, delle attività sportive, ricreative e congressuali, nonché dei luoghi di interesse turistico del territorio e delle aree limitrofe. Inoltre, gli operatori che si turneranno saranno in possesso del diploma di laurea o equiparato in base alla nuova normativa. Il personale avrà conoscenza di almeno due lingue, tra cui l'inglese, e capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici. Nel corso del 2024, in ottemperanza a quanto previsto dalla nuova normativa regionale, saranno previsti dei momenti di aggiornamento circa le conoscenze relative a risorse e servizi turistici. Tali corsi formativi, oltre che per il personale dello IAT R, saranno previsti congiuntamente anche per il personale dello IAT di Dozza. Inoltre, sarà sviluppata un'ulteriore attività formativa, che prende il nome di "lezioni di territorio", consistente nel percorrere e visitare il territorio. Il Circondario ritiene infatti che solo vivendo direttamente le esperienze di visita e conoscenza dei luoghi diventa possibile raccontarli con passione e far scattare negli ospiti il desiderio della visita. Tutti gli addetti saranno, pertanto, coinvolti in piccoli gruppi in educational sul territorio, accompagnati, a seconda delle destinazioni, da guide turistiche, ambientali, dai curatori di mostre, dalla direzione dei musei, dai responsabili commerciali, per avere una conoscenza diretta ed esperienziale del territorio che comunicano, promuovono e vendono dagli uffici informazione. In questa maniera ciò che si vive direttamente diventa più semplice e naturale da raccontare, anche con maggiore piacere, in quanto è stato provato personalmente. Si prevedono due round di visite all'anno. Tutti gli addetti faranno inoltre, incontri formativi sul turismo digitale. Non ultima, l'importante collaborazione tra le DMO e le DMC per organizzare giornate formative per gli addetti nei luoghi più suggestivi di ogni territorio, con la precisa finalità di trasmettere conoscenze e scambiare esperienze nell'ambito del Territorio Turistico Bologna-Modena.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 100.410,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 100.410,00 di cui € 1.000,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

## 10) Comune di Dozza - IAT

P.G. n. 67363/2023  
Integrazione P.G. n. 70206/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2374/2023

### SEDE

Rocca Sforzesca, Piazza Rocca n. 6/a - Dozza

### MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: Fondazione Dozza Città d'Arte (Con scadenza concessione al 27/02/2025)

### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'Ufficio Informazione Turistica di Dozza è stato aperto agli utenti a maggio 2021, colmando una profonda lacuna da tempo presente sul territorio dozzese. La Rocca di Dozza ha sempre rappresentato il punto di riferimento del panorama turistico-culturale di Dozza, che conta una media annuale di quarantamila visitatori annui. Prima dell'apertura di un ufficio preposto, la biglietteria della Rocca riceveva costantemente richieste di informazioni, domande e suggerimenti sulle attrazioni da vedere, sui ristoranti in cui mangiare e sulle attività da svolgere non solo a Dozza, ma anche nelle località limitrofe; questa attività, non riconosciuta, spesso era difficile da portare avanti a causa dell'ingente afflusso di visitatori del museo, soprattutto nei periodi primaverile e autunnale. L'apertura dell'Ufficio Informazione Turistica di Dozza, proprio all'interno della Rocca, ha costituito un passo in avanti molto importante nell'economia turistica locale, garantendo agli addetti ai lavori di dedicare cura e attenzione ai turisti, offrendo loro orientamento, accoglienza e informazioni, attraverso l'illustrazione della variegata offerta turistica del Borgo e la consegna di materiali creati ad hoc sulle principali attrattive di Dozza e del territorio limitrofo. Infatti, l'Ufficio turistico di Dozza si occupa ormai da tre anni dell'accoglienza del pubblico, cui viene fornita un'ampia spiegazione del pacchetto turistico del territorio, come l'enogastronomia (per la quale Dozza vanta un punto d'eccellenza con l'Enoteca Regionale dell'Emilia-Romagna), l'ospitalità, gli eventi e i luoghi di cultura, le visite guidate alla Rocca e al Borgo di Dozza, il divertimento e il relax tra le amene colline dozzesi. A tal fine, oltre ad arricchire l'Ufficio con il materiale turistico-informativo del Circondario Imolese e della Regione, si è già provveduto a migliorare il materiale promozionale integrandolo con dépliant specifici su Dozza. Tre nello specifico sono gli opuscoli inerenti il suddetto Comune: uno sul Museo della Rocca Sforzesca di Dozza (bilingue), un altro sulla Biennale del Muro Dipinto di Dozza (bilingue) e un ultimo sugli itinerari da praticare a piedi e/o in bicicletta (bilingue), soddisfacendo in questo modo le diverse esigenze del pubblico. Inoltre, non manca mai materiale informativo-turistico inerente agli eventi e alle attività svolte a Dozza (concerti, degustazioni, spettacoli, sagre, mostre, visite guidate e tanto altro). Tale materiale viene costantemente distribuito negli uffici turistici del territorio. Il 2023 ha registrato un alto numero di utenti che si sono affidati all'Ufficio turistico di Dozza per soddisfare le loro curiosità: infatti, da gennaio a ottobre 2023 si sono rivolti all'Ufficio (in presenza e/o telematicamente) oltre 40 mila turisti. L'apertura dell'Ufficio Turistico di Dozza proseguirà anche nel 2024, con la qualifica di IAT, mantenendo invariate le fasce orarie di apertura al pubblico:

periodo estivo (da marzo a ottobre) ore 10-13 e 14-19;

periodo invernale (da novembre a marzo) ore 10-13 e 14-18;

mentre i giorni festivi in cui l'affluenza è più elevata manterranno l'apertura in orario continuato dalle 10 alle 19.

Inoltre, in particolari periodi dell'anno in cui sono fissati eventi di portata locale, regionale e sovraregionale, è prevista l'apertura straordinaria anche al di fuori degli orari consueti, come si è verificato anche nel 2023 in occasione di "Festa del vino", "XXIX Biennale Muro Dipinto" e altri.

Si manterranno aggiornate le informazioni relative a strutture ricettive, ristoranti, pizzerie e bar presenti sul sito dedicato, in modo da dotare il turista di strumenti cartacei (vedi dépliant) o virtuali (vedi Sito e Social Networks) validi per organizzare e sviluppare la propria visita. A tal fine, viene periodicamente effettuato un censimento delle strutture per individuare le informazioni utili a fini turistici: orari di apertura, giorni di chiusura, posti a sedere, accessibilità, ecc. Le informazioni così reperite sono state utili anche per la predisposizione di piccole brochure informative e sezioni dedicate del Sito, relative a: strutture ricettive dal titolo “Dormire a Dozza” e a ristoranti dal titolo “Mangiare a Dozza”, costantemente aggiornate con le nuove aperture e/o chiusure.

Di fondamentale importanza per l'Ufficio turistico di Dozza è continuare a garantire un servizio accessibile a tutti, anche alle persone con disabilità motoria: a tal fine l'ufficio è stato collocato al piano terra della Rocca di Dozza, luogo privo di barriere architettoniche. Inoltre, sempre nel segno dell'accessibilità, oltre al materiale informativo tradizionale è disponibile un'App pensata per le persone con disabilità uditiva. Tale applicazione, totalmente gratuita, permette la fruizione di un'apposita visita guidata che si concentra sulle principali attrazioni culturali di Dozza (Rocca, Muro dipinto, Chiesa di Santa Maria Assunta in Piscina, Drago Fyrstan...). Inoltre, l'utilizzo dei canali Social costituisce un ulteriore passo per garantire accessibilità, sostenibilità e innovazione per un turismo sempre più inclusivo. Per quel che concerne la diffusione di notizie relative ad eventi e attività in programma si continuerà ad affidarsi ai Social Networks, in particolare Facebook, anche nel segno della strada ecologica che il Comune di Dozza si impegna quotidianamente a sostenere. Infatti l'Ufficio Turistico di Dozza si impegna a collaborare per mantenere aggiornati i principali siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e il Sito ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese [www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it). Si intende continuare a collaborare con gli altri uffici turistici locali effettuando le consegne presso gli IAT del Circondario e della Destinazione Turistica di materiale cartaceo e newsletter periodiche relative agli eventi organizzati nel Comune, così da promuovere efficacemente le attività messe in atto nel territorio. Per l'anno 2024 i comuni del Circondario Imolese intendono continuare ad implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese, al fine di mantenere salde le collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni del Circondario. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche attraverso lo scambio di link, tag, post social, newsletter, ecc., per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Saranno inoltre attivati momenti finalizzati allo scambio di esperienze e conoscenze tra tutti gli operatori IAT, specie attraverso la partecipazione congiunta a corsi di formazione per approfondire tematiche inerenti prodotti e servizi turistici, in linea con gli obiettivi dell'Avviso Pubblico. Infine, per migliorare il sistema informativo verrà realizzato e aggiornato costantemente un database integrato completo di tutte le strutture ricettive e di servizi al turista presenti sul territorio di riferimento.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Per l'anno 2024 l'Ufficio Turistico di Dozza, confermato tale con la qualifica di IAT con determinazione dirigenziale della Città Metropolitana di Bologna n. 2374 del 16/10/2023, intende continuare a realizzare le principali azioni di informazione e accoglienza turistica, cercando di migliorarsi nel corso del tempo per garantire un servizio di alta qualità. In senso stretto, nel 2024 lo IAT di Dozza continuerà a fornire informazioni turistiche relative agli attrattori presenti sul territorio di riferimento e all'intero territorio regionale anche in orario di chiusura al pubblico tramite il proprio sito internet. In orario di apertura al pubblico, l'Ufficio fornirà assistenza diretta ai turisti (anche in lingua straniera), nonché materiale informativo e promozionale relativo al territorio di competenza e a quello regionale. In tal senso le addette all'ufficio continueranno a far stampare dépliant turistici relativi a Dozza e a reperire materiale informativo relativo al territorio limitrofo, recandosi negli uffici locali per ritiro e consegna dello stesso. Si effettuerà la vendita di pubblicazioni, gadget e altri prodotti all'interno del proprio ufficio. Inoltre, l'Ufficio continuerà ad implementare e concretizzare la collaborazione con gli altri Uffici turistici locali, lavorando per un obiettivo comune, ossia il miglioramento del servizio rivolto al pubblico. Altrettanto importante sarà continuare a

rapportarsi costantemente con la rete di promozione turistica a livello nazionale, come il Club dei Borghi Più Belli d'Italia, con cui lo IAT di Dozza ha collaborato ad esempio nel corso della "Notte Romantica 2023", e il Touring Club Italiano, con cui lo IAT di Dozza ha collaborato ad esempio nel corso della "Caccia ai Tesori Arancioni 2023"; a livello provinciale, con IF-Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, eXtraBO, nonché con associazioni, ristoratori e albergatori del territorio. Un'altra azione che si intende continuare a svolgere nel corso del 2024 è la formazione continua degli addetti, che nel caso di Dozza sono sottoposti ad un crescente e progressivo incremento dell'utenza turistica cui rispondere: a tal fine, saranno vagliati e selezionati dei corsi di formazione riguardanti la promozione turistico-culturale e il miglioramento delle lingue straniere, perché un numero sempre più elevato di turisti di provenienza estera si stanno recando nel Borgo.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Al fine di accrescere la rete territoriale di informazione e accoglienza turistica, nel 2024 si continuerà a collaborare con i comuni e gli IAT del territorio condividendo informazioni e materiali circa attrattive e attività di ambito sovracomunale. Ormai da anni l'Ufficio turistico di Dozza coltiva un rapporto di collaborazione con gli altri uffici turistici locali, in particolare con quello di Imola e di Borgo Tossignano, creando un canale di condivisione delle informazioni turistiche. Nel concreto, le addette dello IAT di Dozza effettuano periodicamente consegne e ritiri presso gli IAT del Circondario e della Destinazione Turistica di materiale cartaceo (dépliant, brochure, locandine, ecc.) nonché l'invio di newsletter periodiche relative agli eventi organizzati nel Comune, così da promuovere efficacemente le attività messe in atto in tutto il territorio sovracomunale. Per l'anno 2024 i comuni del Circondario Imolese intendono continuare ad implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche attraverso lo scambio di link, tag, post social, newsletter, ecc., per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Infatti, per creare una rete virtuale di informazioni in grado di accogliere i turisti e fornire loro tutte le informazioni di cui hanno bisogno, l'Ufficio turistico di Dozza si impegna quotidianamente a mantenere aggiornato il proprio sito e a collaborare per il mantenimento dell'aggiornamento anche dei siti dell'Emilia-Romagna dedicati al turismo, in particolare emiliaromagnaturismo.it e quello ufficiale di Informazione Turistica dell'Area Imolese [www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it](http://www.turismoimolese.cittametropolitana.bo.it). Inoltre, lo IAT di Dozza diffonde sui propri canali social informazioni circa eventi e attrattive della zona.

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

L'impegno per la creazione di un turismo inclusivo e sostenibile è divenuto una priorità per il settore negli ultimi anni. Rendere i servizi, l'ospitalità, i percorsi e la mobilità fruibili a tutti contribuisce a creare benessere sociale e valore economico diffuso. In questo contesto, si inserisce anche l'Ufficio turistico di Dozza che, nel suo piccolo, con azioni quotidiane, cerca di rompere le barriere nel segno di una politica inclusiva e aperta a tutti. A tal fine, per prima cosa, è stato scelto di collocare l'Ufficio al piano terra della Rocca di Dozza, in prossimità della biglietteria del museo. In questo modo, lo spazio è reso accessibile a tutti e permette di essere raggiunto anche da persone con limitata libertà motoria. Presso l'ufficio è possibile consultare, gratuitamente, dépliant, brochure e guide turistiche del territorio, chiedere informazioni al personale, sempre disponibile e in grado di accogliere turisti di diversa provenienza. Nello IAT di Dozza un altro punto a favore dell'accessibilità è un'App pensata per le persone con disabilità uditiva che fornisce un'esperienza di visita guidata alle principali attrattive del borgo attraverso la lingua dei segni. Altrettanto utile è l'App dedicata alla Rocca di Dozza che presenta al suo interno vari percorsi (scritti, video, audio) per

andare incontro alle varie esigenze del pubblico. Entrambe le applicazioni sono gratuite e scaricabili direttamente sul proprio dispositivo mobile attraverso la semplice scansione di QRCode messi a disposizione dell'utenza. Nel tentativo di rendere il turismo anche più sostenibile e innovativo, parallelamente ai materiali cartacei tradizionali, lo IAT di Dozza si impegna quotidianamente a tenere aggiornati il proprio sito, i propri social networks e siti messi a disposizione dal turismo dell'Emilia-Romagna per informare e rendere l'esperienza del turista migliore possibile. Nel 2024 si continuerà concretamente a lavorare in questa direzione, puntando anche all'ideazione e/o al miglioramento di alcuni servizi messi a disposizione del pubblico. Infine, lo IAT di Dozza mette a disposizione di ogni turista una connettività Wi-Fi in loco, aperta e gratuita.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Oltre agli uffici IAT di Imola e UIT di Castel San Pietro Terme e Borgo Tossignano, con cui si è collaborato nel corso del 2023, per l'anno 2024 si mira ad implementare e concretizzare la collaborazione anche con gli altri Uffici turistici locali, nonché continuare a lavorare per un obiettivo comune, ossia il miglioramento del servizio rivolto al pubblico. Altrettanto importante è continuare a rapportarsi costantemente con la rete di promozione turistica a livello nazionale, come il Club dei Borghi più belli d'Italia con cui quest'anno lo IAT di Dozza ha collaborato, per esempio, durante la Notte Romantica 2023; con il Touring Club Italiano, con cui lo IAT di Dozza ha collaborato, per esempio, durante la Caccia ai Tesori Arancioni 2023; e a livello regionale con IF – Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, eXtraBO, nonché con associazioni, ristoratori, albergatori del territorio. Periodicamente, le addette dello IAT di Dozza si occupano di effettuare consegne e ritiri del materiale turistico-informativo presso gli uffici turistici del territorio (Imola, Castel San Pietro, Borgo Tossignano, Bologna, ecc.). Inoltre, sempre al fine di condividere servizi ed informazioni con le DMO locali, si intende implementare attività congiunte in ambito turistico.

### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Per il 2024 lo IAT di Dozza intende implementare le attività di animazione e intrattenimento turistico che già dal primo anno di apertura ha portato avanti attraverso attività di promozione di eventi ed iniziative organizzate in autonomia o in collaborazione con altri enti turistici. Alcuni partner con cui si ha avuto l'occasione di collaborare nel corso del 2023, e con cui si intende continuare a farlo, sono ad esempio il Club dei Borghi più belli d'Italia, il Touring Club Italiano, la Regione Emilia-Romagna, Bologna Welcome, eXtraBO, nonché associazioni, ristoratori, albergatori del territorio e, ovviamente, l'Enoteca Regionale dell'Emilia Romagna. Il personale addetto allo IAT si occuperà non solo di svolgere concretamente le attività di animazione e intrattenimento turistico, ma anche delle fasi precedenti, dall'organizzazione alla promozione attraverso tutti i canali a disposizione dell'Ufficio.

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Per l'anno 2024 lo IAT di Dozza si impegna a mantenere e consolidare i rapporti di collaborazione con la Redazione Locale di riferimento. Nello specifico, le azioni che si intendono perseguire sono:

- consegna e ritiro di materiale di promozione turistico-culturale;
- condivisione delle informazioni su eventi del territorio;
- promozione sul sito e i canali social di iniziative locali;
- invio di newsletter tematiche.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Il personale addetto al punto IAT di Dozza è preparato e idoneo ad accogliere turisti di varie nazionalità. Ai sensi della DGR E-R n. 1223/2023 saranno effettuati corsi di formazione per un minimo di 18 ore a persona annuali, al fine di acquisire ulteriori metodologie di lavoro in ambito turistico in un'ottica di continuo miglioramento dei servizi offerti. A questo fine si intendono programmare corsi di formazione per il personale addetto. In particolare, la formazione terrà conto non soltanto delle peculiarità del territorio comunale ma anche di quelle di aree circostanti, al fine di fornire ai turisti tutte le informazioni necessarie ad organizzare le proprie visite e quindi per indurli a rimanere nel territorio. Le tematiche che si affronteranno saranno incentrate su:

- tecniche di accoglienza e approccio al turista
- interpretazione delle richieste e gestione delle relazioni con i turisti
- corsi di lingua straniera
- attrazioni turistiche ed enogastronomiche
- composizione di itinerari, escursioni, visite guidate
- informazioni sull'offerta turistica del territorio: alberghi, attività, ristorazione, eventi, mostre, ecc.
- conoscenza dei mezzi di trasporto e dei loro tragitti

L'intento dei corsi di formazione è di sviluppare negli addetti abilità quali:

- capacità di soddisfare esigenze e richieste del turista/visitatore
- capacità di guidare i turisti verso la scoperta di principali attrazioni turistiche
- capacità di organizzazione
- capacità di riconoscere i bisogni del turista
- capacità di applicare tecniche di accoglienza e informazione

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 54.500,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 54.500,00 di cui € 1.000,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **11) Comune di Imola - WELCOME ROOM**

P.G. n. 67363/2023

Procedimento riconoscimento ufficio sospeso con P.G. n. 34294/2023

### **SEDE**

Galleria Centro Cittadino – via Emilia 135 - Imola

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il servizio si propone di integrare l'operato dello IAT R locale fornendo informazioni ai turisti tramite la distribuzione di materiali cartacei realizzati in autonomia o reperiti da altri soggetti e l'installazione di monitor per la divulgazione di contenuti audio e video del territorio e degli eventi.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

L'ufficio realizzerà le seguenti pubblicazioni da offrire in formato cartaceo e scaricabili dai portali turistici:

- Mappa della città – formato A3 con i punti di interesse evidenziati;
- Imola Eventi 2024 – depliant bilingue dei principali eventi turistici;
- Dove dormire – lista completa delle strutture ricettive presenti a Imola aggiornato costantemente;
- Dove mangiare - lista completa della ristorazione aggiornata costantemente.

In considerazione della sinergia con l'autodromo e l'appartenenza al settore Promozione Circuito Grandi Eventi del Comune di Imola, si confermerà l'azione di supporto agli eventi attraverso l'attivazione di stand temporanei per l'informazione ai turisti.

Sarà mantenuto e aggiornato il portale [visitareimola.it](http://visitareimola.it), sito bilingue, che, oltre a riportare tutte le informazioni di carattere storico e culturale, riporterà le informazioni sui grandi eventi con schede dedicate relative ai servizi attivati per i singoli eventi.

Allo stesso modo sarà costantemente aggiornata l'App turistica [visitAREImola](http://visitAREImola) (strumento bilingue). In considerazione della localizzazione dell'ufficio, all'interno della galleria ma adiacente all'ingresso dell'ufficio, sarà installato un totem per consentire al turista di reperire materiale h24 - 7 giorni su 7.

Inoltre sarà mantenuta la distribuzione dei materiali turistici sia all'interno della stazione FS che nella sala d'attesa TPer attraverso due totem già presenti da anni.

Sarà introdotto un monitor dove saranno proiettati video promozionali del territorio e degli eventi, con particolare attenzione ai punti di interesse turistico; nello specifico orari di apertura musei, servizi turistici utili (esempio apertura IAT territoriale), open day autodromo e attività autodromo (apertura gratuita della pista al pubblico).

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

La Welcome Room continuerà a collaborare con gli uffici di Informazione Turistica attraverso la condivisione e distribuzione dei materiali prodotti al fine di invogliare il turista nella visita complessiva dell'area imolese.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Lo spazio interno ed esterno dell'ufficio è già totalmente accessibile per qualsiasi tipo di disabilità; anche gli arredi interni consentono la libera consultazione dei materiali con suddivisione per tipologia, territorio e lingua. È presente la connettività WiFi gratuita sia internamente che esternamente, regolarmente segnalata. Sarà attivato uno spazio dedicato alla ricarica gratuita dei dispositivi smartphone e tablet nei soli orari di apertura dello spazio interno.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La Welcome Room continuerà a collaborare con le DMO attraverso la condivisione delle informazioni.

#### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

La Welcome Room continuerà a collaborare con la Redazione Locale attraverso la verifica e l'aggiornamento dei contenuti.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 49.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00 (poichè € 6.000,00 non ammissibili in quanto riferiti a spese per IAT mobile non previsto per questa tipologia di ufficio e la restante quota eccede l'importo massimo ammissibile per questa tipologia di ufficio ai sensi dell'Avviso pubblico)

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **12) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT R**

P.G. n. 67646/2023  
Integrazione P.G. n. 69468/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2383/2023

### **SEDE**

Via Cento 9/A - San Giovanni in Persiceto

ALTRE SEDI IAT MOBILE C/o Foyer Teatro Comunale Corso Italia 72 - San Giovanni in Persiceto

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

diretta

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

L'ufficio IAT di Persiceto ha iniziato la propria attività nel corso del 2023 ed è il primo ufficio dell'ambito autorizzato con tale funzionalità.

Non essendoci nessuna banca dati e nessuna fotografia dettagliata circa lo stato dell'arte ci si è focalizzati sulla costruzione e raccolta dei dati utili sia per informare il visitatore/turista in maniera esaustiva sia per iniziare a mettere le basi per il raggiungimento degli obiettivi prefissati ovvero essere uno IAT di riferimento per l'intera pianura bolognese.

La struttura organizzativa dell'ufficio, interamente a gestione diretta, ha permesso di consolidare buone prassi tra i diversi servizi dell'Ente che hanno o potrebbero avere una ricaduta turistica creando così un flusso virtuoso delle informazioni necessarie all'ottimale svolgimento del servizio. Da giugno 2023 si è avviata una collaborazione tramite coprogettazione, a seguito di avviso pubblico, con l'associazione Co.Me.Te che si è soprattutto focalizzata sulla formazione del personale di front office che degli stakeholder dei servizi turistici locali. Tale formazione è stata utile anche per creare consapevolezza circa la nuova vocazione del territorio sia per esprimere riflessioni ed osservazioni utili alla crescita collettiva in campo turistico.

I servizi ad oggi forniti dall'ufficio oltre alle informazioni turistiche sono riassumibili in:

- assistenza agli ospiti;
- aiuto nelle prenotazioni;
- distribuzione di materiale informativo;
- visite e tour guida;
- collaborazione con gli organizzatori dei "grandi eventi" quali il Festival anni 50 e Funkyland che richiamano visitatori da oltre regione;
- collaborazione con una scuola di danza per una Masterclass nazionale di Hip Hop;
- collaborazione per costruzione team building lungo la Ciclovía del sole con azienda spagnola;

Le attività di promozione svolte per aumentare la visibilità dell'ufficio informazioni turistiche sono state molteplici tra cui: incontri in presenza con gli operatori dei servizi del territorio; presenza con stand nelle fiere campionarie e incontri, sempre in presenza con i commercianti. Acquisto di mezze pagine su alcune riviste del settore. Presenza nel corso dei maggiori eventi.

La scheda contatti rileva che il bisogno di informazione c'è e nella maggior parte la richiesta è stata soddisfatta.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Nel corso del 2024 saranno implementate le azioni già intraprese nel primo anno di apertura dello IAT, quali:

- incontri e formazione per gli stakeholder;
- coinvolgimento delle attività nella costruzione di itinerari e pacchetti turistici;
- mappatura e compilazione schede delle strutture ricettive e ristorative;

- tour guidati tematici;
- collaborazioni con gli organizzatori dei maggiori eventi del Territorio;
- organizzazione di tour esperienziali.

Tali attività saranno svolte nei comuni afferenti il sub-ambito pianura bolognese partendo dai comuni di interesse della Ciclovía del Sole (nostro principale target di riferimento).

Saranno consolidati i rapporti con le DMO di riferimento, nello specifico con eXtraBo al fine di implementare la rete delle attività aderenti alla Carta dei servizi della Ciclovía e a supporto per i Press e Fam tour.

Saranno costruiti pacchetti turistici secondo le linee prodotte individuate dal Territorio Turistico:

#### > City Break

Promozione turistica dell'offerta museale integrata con siti storici: Persiceto ha appena terminato la creazione della rete dei propri musei (2 di titolarità comunale, 1 privato ed 1 diocesano)

Cineturismo: nel 2024 sarà girato tra Persiceto e Valsamoggia un film documentario dal t.p. "L'uomo che visse due volte. Storia dello scenografo Gino Pellegrini, dalla Via Emilia a Hollywood", diretto da Fabio Donatini e prodotto da Bottega Finzioni Produzioni;

Palazzi e siti storici pubblici e privati: nel 2024 in collaborazione con il Museo del Risorgimento di Bologna ci sarà la mostra diffusa dell'800 che vede l'interesse di diversi palazzi storici tra cui il Teatro Comunale;

#### > Cultura

Guercino: già avviato nel corso del 2023 "A tavola con il Guercino" inserito negli itinerari guerciniani e in vendita tramite Bologna Welcome;

Marconi: previsti nel 2024 eventi collegati con il Fisica Experience - Museo di Fisica che rientra nello SMA di Unibo;

Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville, rocche e castelli

#### > Outdoor Active Slow

Cicloturismo a livello sovra-metropolitano tracciati interregionali, come la Ciclovía del Sole;

Cicloturismo Ciclovía del Navile, Ciclovía del Reno

#### > Natura e benessere

Promozione della fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi e altre aree di particolare pregio ambientale

#### > Food&Wine

Promozione turistica delle eccellenze enogastronomiche del Territorio Turistico Bologna-Modena e dei prodotti che hanno ottenuto il marchio De.Co, anche in collaborazione con i consorzi territoriali;

#### > Special interest Musica

Promozione turistica del patrimonio musicale presente a Bologna metropolitana;

#### > Special interest Motori

Iniziative di promozione turistica della Motor Valley, anche attraverso il coinvolgimento dei brand territoriali

#### > Sport

Promozione turistica di eventi sportivi che insistono sul territorio metropolitano

#### > MICE

I locali che ospitano l'ufficio IAT R hanno ospitato nel corso del 2023: un evento privato dell'azienda Automobili Lamborghini, un Team building della KiroLife azienda spagnola ed un matrimonio, per il 2024 è intenzione implementare tale utilizzo.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

L'implementazione della rete territoriale e/o virtuale di informazione e accoglienza turistica sovracomunale è fondamentale per offrire una visione integrata e coordinata delle risorse turistiche presenti nel sub ambito della Pianura.

Alcune attività finalizzate al funzionamento e all'implementazione della rete possono racchiudersi in:

1. Coordinamento tra Enti Locali: potenziamento dei tavoli di coordinamento per condividere strategie, risorse e affrontare le sfide comuni legate al turismo. Definizione di una figura di raccordo coincidente con il Responsabile della Redazione Locale.
2. 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.
3. Integrazione di sistemi di prenotazione: implementare il sistema di prenotazione centralizzato che consenta ai visitatori di prenotare alloggio, escursioni e altri servizi attraverso un punto informativo ed una piattaforma unica.
4. Formazione del personale: offrire programmi di formazione al personale coinvolto nell'accoglienza turistica, focalizzandosi sulla conoscenza delle risorse sovracomunali e sulle competenze di accoglienza.
5. Promozione condivisa e sviluppo di esperienze turistiche tematiche: in sinergia con la DMO attivarsi per promuovere le campagne di marketing condivise come ospitalità Fam Trip. Collaborare nella partecipazione a fiere e eventi promozionali per aumentare la visibilità dell'intera area. Creare itinerari tematici che attraversano diverse località, promuovendo esperienze turistiche più ricche e coinvolgenti. Collaborare con operatori locali per sviluppare offerte tematiche uniche.
6. Feedback e valutazioni: implementare sistemi di raccolta feedback e valutazioni per misurare la soddisfazione dei turisti e migliorare continuamente i servizi offerti. Utilizzare i dati raccolti per adattare e ottimizzare l'offerta turistica sovracomunale.
7. Collaborazione con Operatori Locali: coinvolgere attivamente gli operatori turistici locali nel processo decisionale e nell'implementazione delle attività della rete. Favorire la partecipazione degli operatori attraverso iniziative collaborative e condivisione di risorse.

L'obiettivo principale di queste attività è creare una rete sinergica che migliori l'esperienza complessiva del turista, incoraggi la sostenibilità e offra un supporto informativo e di accoglienza efficace su scala sovracomunale.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Per potenziare e innovare organizzativamente o tecnologicamente i servizi di informazione e accoglienza nel settore turistico, con un focus su accessibilità, sostenibilità, e innovazione, è possibile considerare una serie di elementi chiave:

1. Accessibilità:  
Inclusività digitale: mantenere e migliorare il sito Turismo in Pianura e i suoi servizi online circa l'accessibilità a persone con disabilità, garantendo l'uso agevole da parte di tutti.

Formazione del Personale: corsi di formazione per il personale sull'accoglienza di turisti con esigenze speciali, inclusi disabilità fisiche, visive o uditive.

Strutture accessibili: ricognizione delle strutture ricettive, ristorative e culturali circa l'abbattimento o l'inesistenza delle barriere architettoniche.

2. Sostenibilità:

Promozione del Turismo Sostenibile: informazioni e suggerimenti per i turisti su comportamenti sostenibili, come l'uso responsabile delle risorse, la gestione dei rifiuti e il rispetto dell'ambiente.

Sensibilizzazione: campagne informative sulla sostenibilità per educare i turisti sulle pratiche eco-friendly.

3. Innovazione Organizzativa:

Adozione di tecnologie smart: utilizzo di tecnologie intelligenti per migliorare l'efficienza operativa e semplificare i processi, ad esempio: app mobili, QR code per informazioni rapide e sistemi di prenotazione online. Gestione dei dati: implementazione di sistemi avanzati di gestione dei dati per analizzare le tendenze turistiche, adattare i servizi e migliorare la customer experience.

IAT Mobile: creazione di un servizio IAT mobile, in grado di intercettare i flussi in più punti, di riorientarli e di presidiare con stand dedicati durante eventi importanti.

4. Innovazione Tecnologica:

Realtà Aumentata (AR) e Realtà Virtuale (VR): utilizzo di AR e VR per offrire esperienze immersive e interattive ai turisti, ad esempio, visite virtuali alle attrazioni locali quali Musei o aree naturalistiche. Chatbot e Intelligenza Artificiale (IA): implementazione di chatbot e sistemi di IA per rispondere rapidamente alle domande dei turisti e offrire assistenza automatizzata.

5. Turismo Inclusivo:

Promozione di esperienze accessibili: collaborazione con operatori turistici per sviluppare esperienze accessibili a tutti, indipendentemente dalle loro caratteristiche individuali.

6. Partecipazione degli Stakeholder:

Coinvolgimento della comunità: coinvolgimento attivo della comunità locale nella progettazione e implementazione di servizi turistici, garantendo un approccio inclusivo e rispettoso delle tradizioni locali.

Collaborazione Pubblico-Privato: collaborazione tra settore pubblico e privato per sostenere iniziative innovative e sostenibili nel turismo.

7. Formazione continua del personale: formazione continua al personale per mantenere competenze aggiornate sulle nuove tecnologie e pratiche sostenibili.

L'integrazione di questi elementi può contribuire a creare un ambiente turistico che sia più accessibile, sostenibile e in sintonia con l'evoluzione del mercato turistico, promuovendo allo stesso tempo l'inclusività e il rispetto per l'ambiente.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La collaborazione tra Uffici turistici, operatori turistici e la Destination Management Organization è cruciale per promuovere un turismo sostenibile, coeso e ben gestito. Soprattutto data la contiguità del territorio tra le province di Bologna e di Modena.

Le attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO dovranno continuare a sostanzarsi in:

- Partecipazione a riunioni per discutere delle strategie di sviluppo della destinazione e ai Workshop finalizzati a condividere best practice, approfondire tematiche chiave e favorire la collaborazione.
- Scambio di Informazioni attraverso la condivisione regolare di dati e informazioni rilevanti.
- Partecipazione a Progetti di sviluppo attraverso il coinvolgimento attivo in iniziative di miglioramento dell'infrastruttura turistica, della gestione ambientale e della qualità dei servizi offerti.

- Promozione Condivisa: partecipazione congiunta a fiere turistiche e eventi promozionali per aumentare la visibilità della destinazione; collaborazione nella creazione e diffusione di materiale promozionale, compresi cataloghi, guide e materiali online.
- Creazione di Pacchetti turistici integrati promossi attraverso le reti e le risorse comuni e la creazione di offerte tematiche o esperienze specifiche per attrarre segmenti di mercato particolari. Utilizzo della piattaforma online del sito Turismo in Pianura per la condivisione di informazioni, eventi, offerte e notizie relative al turismo locale.

La collaborazione è essenziale per creare una destinazione turistica che sia attraente, sostenibile e capace di soddisfare le aspettative dei visitatori, mentre preserva l'identità e l'integrità della comunità locale. La condivisione di servizi e informazioni favorisce una gestione più efficace delle risorse turistiche e contribuisce a costruire una destinazione turistica di successo nel lungo termine.

### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Gli interventi relativi agli altri servizi turistici di base, come l'animazione e l'intrattenimento turistico, sono fondamentali per arricchire l'esperienza complessiva del viaggiatore. Questi servizi contribuiscono a rendere il soggiorno dei turisti più piacevole, coinvolgente e memorabile. Di seguito sono descritti alcuni interventi comuni in questi settori:

1. Animazione per bambini e famiglie:
  - Organizzazione di giochi, attività creative e laboratori per bambini.
  - Baby-sitting e servizi di assistenza per permettere ai genitori di godersi il tempo libero.
  - Spettacoli e spettacoli interattivi per coinvolgere le famiglie.
2. Intrattenimento serale:
  - Organizzazione di spettacoli serali, come performance teatrali e musicali.
3. Attività sportive e ricreative:
  - Tornei sportivi, sia per gli ospiti che per la comunità locale.
  - Attività all'aperto come escursioni, passeggiate guidate, gite in bicicletta .
  - Corsi di fitness, yoga e altre attività per il benessere.
4. Animazione per adulti:
  - Lezioni di cucina, degustazioni di vini e altre attività culturali.
  - Escursioni culturali e visite guidate per esplorare la storia e la cultura locali.
5. Servizi di informazione e assistenza:
  - Desk informativi per fornire informazioni turistiche locali.
  - Organizzazione di escursioni e visite guidate.
  - Assistenza per la prenotazione di ristoranti, trasporti e altre attività.
6. Eventi speciali:
  - Organizzazione di eventi speciali come festival, fiere e Master class.
  - Collaborazioni con artisti famosi o eventi culturali per attirare un pubblico più ampio.

L'obiettivo principale di questi interventi è offrire un'esperienza turistica completa e personalizzata, soddisfacendo le esigenze e le aspettative diverse dei visitatori. La varietà di attività proposte mira a coinvolgere un'ampia gamma di persone, rendendo il soggiorno indimenticabile e contribuendo alla soddisfazione complessiva del cliente.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Dal 2024 la Redazione Locale sarà affidata a Sustenia già soggetto operativo dell'Accordo di Comunicazione e Promo Commercializzazione della Ciclovía del Sole e gestore del punto informativo eXtraBO per il subambito pianura.

Il potenziamento e la capillarità della Redazione Locale saranno due degli obiettivi strategici di promozione dello IAT R, le risorse del PTPL 2023 Ambito 2 ed il progetto presentato per il 2024 vanno nella direzione di alimentare con foto e video in pillole il sito esistente per renderlo più accattivante e intuitivo.

La piattaforma e lo sviluppo del sito esistente ha molteplici potenzialità che andranno sfruttate con linee editoriali e grafiche in linea con il "fratello maggiore" di Bologna Welcome.

Il filone dell'accessibilità è già stato affrontato nella sezione specifica.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

La formazione professionale e l'aggiornamento degli addetti è una funzione continua, nel corso del 2024 saranno avviati:

- corso di preparazione per la certificazione C1 di inglese per un addetto;
- affiancamento per un'analisi delle opportunità del territorio e costruzione di itinerari specifici volti alla conoscenza storica, artistica, culturale, economica e sociale del territorio per una fruizione del patrimonio attiva e partecipata;
- affiancamento e formazione per la costruzione di itinerari specifici per brand e per target differenziati: singoli, gruppi, ciclisti, scuole, e così via;
- affiancamento per i sopralluoghi e le verifiche presso le strutture ricettive e di soggiorno, alberghieri e para alberghi, ristoranti, enogastronomie, ecc...;
- supporto e affiancamento nella definizione di accordi commerciali con le strutture di riferimento presenti nella Carta dei Servizi del Comune;
- consulenza e affiancamento per definire accordi con i musei ed i partner del territorio;
- affiancamento per la definizione degli accordi commerciali con AdV per la vendita dei pacchetti e dei servizi.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 80.500,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 80.500,00 di cui € 8.000,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

### 13) Comune di Crevalcore - IAT DIFFUSO

P.G. n. 67646/2023  
Integrazione P.G. n. 69468/2023  
Integrazione P.G. n. 72100/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2386/2023

#### **SEDI**

- Edicola di Novella Lodi, presso Viale Amendola, 330/F - Crevalcore
- Motoclub Crevalcore Asd, presso Via del Bottazzo, 229 - Crevalcore
- Pro Loco Crevalcore Aps, presso Viale Amendola, 330 - Crevalcore
- Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore, presso Via della Pace, 361 - Crevalcore

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il Comune di Crevalcore, nell'ambito ed in raccordo con le altre attività esistenti, da alcuni anni, per la nascita e lo sviluppo di azioni di promozione turistica nel territorio della pianura bolognese (Accordo per la promozione la comunicazione riguarda la Ciclovía del Sole – tratto Bologna-Mirandola; sportello informativo turistico eXtraBO), ha avviato politiche locali per la qualificazione dell'offerta (mappe informative sul territorio comunale con indicazioni per la fruizione green e outdoor e sull'offerta culturale e storica; mappa di dettaglio del centro storico con localizzazione degli attrattori culturali; coinvolgimento diretto di esercizi commerciali per la fornitura di accoglienza, ristorazione, svago, ecc.).

Dopo aver valutato le diverse tipologie dei servizi di informazione e accoglienza turistica riconoscibili e le tipologie di Uffici Innovativi proposti dalla Città Metropolitana di Bologna, si è individuato nello "IAT Diffuso" la formula ideale per promuovere l'accoglienza turistica nella città di Crevalcore attraverso la creazione di punti informativi vari presso gli stessi operatori del comparto turistico attraverso un accordo di collaborazione tra il Comune e gli operatori turistici, commerciali e artigiani aderenti volontariamente e che, in via parallela alla propria attività, potranno svolgere attività di prima accoglienza fornendo informazioni sulle opportunità turistiche e culturali del territorio, rendendosi protagonisti attivi del sistema dell'informazione e dell'accoglienza turistica.

Nel fare ciò sono stati ricercati e coinvolti operatori interessati per addivenire a punti informativi di IAT Diffuso (ad oggi quattro) di facile accesso e che avessero i seguenti requisiti minimi:

- A. collegamento internet da mettere a disposizione del visitatore/turista e ancora meglio connettività wi-fi ad utilizzo gratuito;
- B. accessibilità dei locali in ottemperanza alla normativa di riferimento in tema di abbattimento delle barriere architettoniche e di accessibilità dei luoghi pubblici e aperti al pubblico;
- C. partecipazione a un corso di formazione di 20 ore organizzato dal Comune;
- D. esposizione del marchio identificativo di carattere regionale per offrire un'immagine unitaria del servizio in Emilia Romagna;
- E. svolgimento dell'attività di informazione turistica esclusivamente a titolo gratuito;
- F. partecipazione negli anni successivi a percorsi di aggiornamento di 10 ore annuali.

A fronte di ciò il Comune di Crevalcore ha provveduto a proporsi per il riconoscimento della qualifica di IAT Diffuso quale modalità organizzativa per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica del proprio territorio, mediante l'invio alla Città metropolitana di Bologna di apposita domanda nell'ambito della riorganizzazione generale degli IAT e venendo accreditato dalla Città metropolitana di Bologna.

Come successiva evoluzione, da prevedersi in raccordo con lo IAT R della Pianura, si intende provvedere ora alle prime fasi di organizzazione operativa e funzionale, tra cui la formazione degli operatori costituenti lo IAT Diffuso nonché l'arricchimento di materiale informativo dedicato.

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Organizzazione di un percorso formativo iniziale per la conoscenza dell'offerta esistente in termini di servizi e prodotti, con particolare focus sulla Ciclovia del Sole e di aggiornamento degli aderenti per un allineamento collegiale e la condivisione dei contenuti, dei materiali e delle modalità di comunicazione delle informazioni turistiche.

Si provvede ad un percorso formativo che, partendo dalla condivisione degli elementi base di sistema, preveda la conoscenza diretta e la declinazione comunicativa coordinata delle informazioni funzionali:

- Introduzione e presentazione del sistema turistico regionale e metropolitano, obiettivi e ruoli, elementi di normativa nazionale, regionale e metropolitana sul turismo (4h – in aula);
- Presentazione degli elementi conoscitivi generali del territorio, dell'offerta locale e le strategie oggi in atto con presentazione di buone pratiche e conoscenza degli strumenti analogici e digitali a disposizione (4h – in aula);
- Elementi conoscitivi naturalistici (4h - uscita sul campo);
- Elementi conoscitivi enogastronomici (4h – uscita sul campo);
- Elementi conoscitivi storico-culturali (4h – uscita sul campo).

Si ritiene inoltre di provvedere alla produzione di materiale informativo specifico, che si vada ad aggiungere in modo complementare a quanto sinora prodotto, costituito da un catalogo cartaceo (con versione digitale) degli esercizi accreditati nella Carta dei Servizi della Ciclovia del Sole. Nel medesimo catalogo verranno trattati e comunicati i prodotti De.Co. già esistenti e in fase attuale di certificazione.

Lo scopo è ovviamente quello di mettere a disposizione dell'utente specifici elementi conoscitivi e le informazioni per raggiungerli una volta arrivati sul nostro territorio.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Le attività ipotizzate vengono pensate e verranno sviluppate in raccordo con la funzione di ampia scala territoriale prevista in capo allo IAT R della Pianura (a San Giovanni in Persiceto), con funzione di Redazione Locale, nonché in stretta relazione con le attività di promozione della Ciclovia del Sole di cui all'accordo dedicato e con le attività di informazione di eXtraBO e di promo-commercializzazione dei tour, come già in essere.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Si ipotizza la verifica della fattibilità operativa per la diffusione di QR-code dedicati ai punti informativi dello IAT Diffuso e agli attrattori turistici presenti nel territorio, l'incremento della traduzione in lingua inglese delle informazioni oggi esistenti e l'acquisto di abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Si ipotizza di mettere a punto le modalità più efficaci per raccordarsi con le DMO di area bolognese e modenese (essendo Crevalcore al limitare delle due aree), partecipando anche a formazioni che permettano l'acquisizione di buone pratiche in tal senso.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

- Introduzione e presentazione del sistema turistico regionale e metropolitano, obiettivi e ruoli, elementi di normativa nazionale, regionale e metropolitana sul turismo (4h – in aula);
- Presentazione degli elementi conoscitivi generali del territorio, dell’offerta locale e le strategie oggi in atto con presentazione di buone pratiche e conoscenza degli strumenti analogici e digitali a disposizione (4h – in aula)
- Elementi conoscitivi naturalistici (4h - uscita sul campo)
- Elementi conoscitivi enogastronomici (4h – uscita sul campo);
- Elementi conoscitivi storico-culturali (4h – uscita sul campo)

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 16.429,89

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 16.429,89

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 14) Comune di Bologna - IAT R

P.G. n. 67667/2023  
Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 2375/2023

### SEDE

Piazza Maggiore, 1/E - Bologna  
Via del Triumvirato, 84 - Aeroporto G. Marconi Bologna

### MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a BOLOGNA WELCOME S.R.L.

### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il piano strategico per il 2024 è stato pensato per rispondere a un evidente cambiamento della domanda turistica, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli. Nello specifico, si è pensato a una riorganizzazione che permetta di approntare nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista.

Queste le strategie che proponiamo di attuare per accogliere al meglio il turista e, quindi, per favorire le ricadute positive sul territorio di riferimento:

Assistenza: Si darà continuità a canali di comunicazione innovativi, ma già di uso quotidiano per la maggior parte delle persone; tra questi annoveriamo WhatsApp Business, strumento in grado di rispondere in tempo reale ai clienti che necessitano di assistenza sia prima che durante il loro soggiorno in città.

Disponibilità: Con l'utilizzo di strumenti informatici nuovi, ad esempio la web app della Destinazione turistica MyBologna, gli operatori degli IAT R sono a completa disposizione dei turisti, aiutandoli, quando necessario, a prenotare le attività senza necessariamente utilizzare la modalità "in presenza" presso i punti informativi.

Coordinamento: L'offerta di servizi di informazione, accoglienza e vendita delle esperienze del territorio viene veicolata attraverso la distribuzione di materiali informativi e di promo-commercializzazione realizzati in base alle caratteristiche tecniche indicate nel "Manuale di immagine coordinata" allegato all'avviso pubblico del PTPL per l'anno di riferimento. A garanzia di un servizio omogeneo e coordinato del territorio, gli IAT R Piazza Maggiore e "Tourist office" Aeroporto utilizzano gli strumenti tecnologici della Destinazione turistica, erogando in modo sinergico informazioni e servizi non solo relativi alla porzione di territorio servito, ma anche all'intera area metropolitana. Si tratta del CMS del portale turistico ufficiale della destinazione bolognese: bolognawelcome.com per la gestione dei contenuti; l'e-commerce adottato dalla Destinazione turistica per la promo-commercializzazione dei servizi e MyBologna, la web app della Destinazione turistica che rappresenta il ponte tra il turista e i punti informativi del territorio metropolitano, innestandosi in modo strumentale nella rete di servizi informativi, di accoglienza e commerciali offerti.

Specializzazione: si intende veicolare un'offerta specialistica attraverso la presenza nello IAT R Piazza Maggiore, di corner dedicati al principale attrattore del Capoluogo e alla linea di prodotto Cultura

Prossimità: risulta strategico portare l'offerta vicino a dove il turista effettivamente si trova. In tal senso, i servizi devono andare verso il turista ed essere a disposizione in prossimità delle sue esperienze di soggiorno. In occasione di eventi fieristici e congressuali si attivano punti informativi ad hoc in prossimità delle sedi degli eventi stessi.

## **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Per implementare ulteriormente l'assistenza verso turisti e visitatori, verrà previsto un servizio di Customer service con operatore dedicato, da affiancare allo strumento di WhatsApp business già in uso. Tale servizio prevederà un operatore dedicato in grado di fornire supporto logistico/informativo in tempo reale agli utenti sia via mail che tramite contatto telefonico diretto.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Lo strumento selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali per le attività di e-commerce è stato adottato anche dagli IAT R per la promo-commercializzazione dei servizi presso i punti fisici. L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra BW e Modenatur permette di connettere gli operatori del territorio per integrare e mettere organicamente in rete l'offerta dell'area turistica vasta e facilitare la programmazione del turista.

Si prevede anche l'intensificazione dello scambio di materiale informativo con altri IAT del territorio, oltre che con lo IAT di Modena.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

La DMO è impegnata rispetto al tema dell'accessibilità turistica. Il turismo accessibile è caratterizzato da una comunicazione dedicata e costantemente aggiornata, frutto di un continuo lavoro con gli attori locali e le istituzioni. L'obiettivo di un turismo accessibile si declina operativamente su due piani distinti e complementari: da una parte significa offrire informazioni puntuali e aggiornate intorno alle condizioni di accessibilità della destinazione e dei luoghi, delle esperienze e delle manifestazioni al suo interno; dall'altra significa mettere a disposizione dei visitatori ambienti informativi effettivamente accessibili, sia a livello di architetture informative che di singole pagine e impiego delle immagini.

Da inizio 2023 la sezione Turismo Accessibile del portale della destinazione bolognese [www.bolognawelcome.com](http://www.bolognawelcome.com) è stata posizionata in un ingombro di maggior rilievo nella homepage del sito.

Questo per permettere all'utente e al visitatore con disabilità di individuare più velocemente la sezione e fruire delle informazioni pratiche di viaggio (come arrivare a Bologna, come spostarsi in città, quali esperienze e luoghi visitare, dove trovare gli itinerari di visita, quali alberghi e ristoranti si sono dichiarati accessibili) sia in italiano che in inglese.

È stato, inoltre, attivato un percorso di ricerca per individuare un partner esterno che offra un servizio di consulenza per migliorare l'accessibilità da un punto di vista tecnologico e/o contenutistico dei domini a gestione diretta della DMO.

In continuità con quanto già avviato a inizio 2023 la sezione del portale Turismo Accessibile continuerà a essere in evidenza sul portale e proseguirà la ricerca per il miglioramento dell'accessibilità ai contenuti della DMO.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Per le attività turistiche organizzate dal Territorio Turistico Bologna-Modena proseguirà l'integrazione al software Trekkssoft utilizzato da entrambe le destinazioni per la vendita di prodotti turistici online e offline.

L'utilizzo congiunto e coordinato dell'e-commerce tra BW e Modenatur permette di mettere in rete l'offerta dell'area turistica vasta e facilitare la programmazione del turista.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Nel 2024 la Redazione locale di Bologna agirà nel senso di consolidare l'ecosistema informativo elaborato negli anni precedenti – che ha i suoi capisaldi nel sito bolognawelcome.com e nell'applicazione MyBologna e di raccordare il lavoro della Redazione con quello del Territorio Turistico Bologna-Modena. Il tutto in una logica di sistematica integrazione su due piani: tra dimensione online e dimensione offline; tra aspetti squisitamente informativi e aspetti di promo-commercializzazione turistica.

Bolognawelcome.com sarà oggetto di un lavoro di manutenzione evolutiva, volto a migliorare le funzionalità, sia lato back-end sia soprattutto per rendere ancora più efficaci le componenti di esperienza utente a front-end, andando eventualmente a creare nuovi moduli informativi, laddove essi si rendano necessari.

Dal punto di vista territoriale, in raccordo continuo con i sub ambiti territoriali del territorio metropolitano, si opererà per verificare e ampliare il set di schede-luogo, schede-evento e schede-struttura relative al territorio della Città metropolitana, assecondando la logica di racconto armonico della Destinazione avviata nel 2017 con il format Promenade a Bologna.

Dal punto di vista dei contenuti, d'altra parte, si opererà anche per accompagnare i materiali di natura squisitamente informativa [schede e simili] con veri e propri redazionali narrativi, stile blog, a complemento dei precedenti.

A livello di output mediali, per altro verso, si lavorerà per affiancare ai contenuti testuali, come ad esempio: schede su sito anche altri di carattere multimediale quali audioguide e reel. Anche per favorire tali sviluppi sarà continuato il lavoro di potenziamento del database fotografico, con la realizzazione di nuovi fotosest in grado di illuminare emergenze rilevanti, siano esse generaliste [es: monumenti] ovvero legate ad interessi tematici specifici [es: immagini di specialità gastronomiche, da usare per raccontare il tematismo del cibo].

Un altro asse di sviluppo, collegato ai precedenti, riguarda l'ancora maggiore integrazione tra la dimensione informativa e quella promo- commerciale, tanto sul sito come sull'applicazione. Questo obiettivo corrisponde da una parte alle esigenze della Destinazione [nel senso di massimizzare l'apporto economico dei visitatori nel corso della loro permanenza] ma dall'altra anche alle abitudini ed aspettative degli stessi viaggiatori, la maggior parte dei quali vede con favore la possibilità di arrivare "in un click" dalla dimensione dell'informazione a quella della prenotazione, specialmente in una fase delicata come quella trans e post pandemia.

Un'attenzione specifica sarà posta al lavoro sulla dimensione di dati collegata ai siti e all'applicazione. Sarà irrobustita l'attività di monitoraggio di Google Analytics, per essere confacenti alle nuove normative in materia, e si opereranno i cambiamenti tecnici e redazionali necessari per essere pronti all'avvento del mondo -senza- cookie [c.d cookieless world]. Sarà promosso un nuovo sforzo per rendere i singoli contenuti ed i siti complessivi più adeguati a livello di Search Engine Optimization [SEO].

Ancora, su tutti i punti di contatto online si lavorerà per promuovere l'integrazione con i punti di attenzione offline a disposizione della Destinazione, a partire dai punti informativi generalisti e da quello per il verde di eXtraBO. E viceversa: in tutti gli spazi di attenzione offline, a partire dagli stessi punti informativi e dai supporti cartacei [pieghevoli, cartoline, Promenade] si inseriranno dispositivi visivi finalizzati a veicolare attenzione e traffico verso i luoghi digitali predisposti dalla redazione locale.

Sul fronte del lavoro visivo, infine, si agirà in due direzioni complementari. Da una parte sarà continuato il lavoro di sviluppo dell'immagine coordinata di Bologna metropolitana, con il dispiegamento della stessa su supporti e modalità emergenti. Dall'altra, si opererà per il miglior raccordo tra la brand identity di Bologna e quella del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Tutto il lavoro visivo sul sito, infine, sarà sviluppato in precisa continuità e armonia con l'identità visiva di Destinazione, sviluppata con un manuale di stile dedicato ed espressa in tutti i materiali cartacei [Promenade a Bologna, mappe, brochure istituzionali generali e brochure dedicate al Verde].

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

- Corsi di aggiornamento linguistici;

- Corsi per utilizzo dei Social Network e dei nuovi strumenti di comunicazione quali WhatsApp Business e MyBologna web app;
- Corsi di aggiornamento relativi al filone di prodotti outdoor, active & slow e di nuovi percorsi culturali;
- Corsi di aggiornamento relativi a siti museali e storici della città e del territorio metropolitano.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 300.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 300.000,00

**PUNTEGGIO:** 80

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** ALTA

**PTPL 2024 - AMBITO 1 “SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”  
BOLOGNA**

	<b>Richiedente</b>	<b>Sede uffici</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>di cui Spese per animazione</b>	<b>Spese ammissibili</b>	<b>Spese non ammissibili</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
<b>1</b>	<b>Comune di Sasso Marconi (IAT R)</b>	Via Porrettana, 314 40037 Sasso Marconi	€ 112.700,00	€ 0,00	€ 112.700,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>2</b>	<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)</b>	Piazza Marconi, 6 40042 Lizzano in Belvedere	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>3</b>	<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)</b>	Via Marconi, 31 40042 Frazione di Vidiciatico, Lizzano in Belvedere	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>4</b>	<b>Comune di Monghidoro (IAT)</b>	Via G. Matteotti, 1 40063 Monghidoro	€ 79.800,00	€ 500,00	€ 79.800,00 di cui € 500,00 per animazione	€ 0,00	65	MEDIA
<b>5</b>	<b>Comune di Alto Reno Terme (IAT)</b>	Piazza della Libertà, 11 40046 Porretta Terme	€ 92.345,00	€ 0,00	€ 92.345,00	€ 0,00	65	MEDIA
<b>6</b>	<b>Comune di San Benedetto Val di Sambro (Welcome Room)</b>	Piazza della neve, 15 Frazione Madonna dei Fornelli 40048 San Benedetto Val di Sambro	€ 13.400,00	€ 0,00	€ 13.400,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>7</b>	<b>Comune di Marzabotto (Welcome Room)</b>	Casa della Cultura e della Memoria Via Porrettana Sud, 1 40043 Marzabotto	€ 41.450,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 11.450,00	60	MEDIA
<b>8</b>	<b>Comune di Valsamoggia</b>	La Mandria	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA

	<b>(IAT Diffuso)</b>	<p>Via Risorgimento, 326 40069 Zola Predosa;</p> <p>Cà La Ghironda Resort Via Leonardo da Vinci, 19 40069 Zola Predosa;</p> <p>Pro Loco Savigno Aps Piazza XV Agosto 40053 Valsamoggia;</p> <p>COPAPS Soc. coop. a R.L. via Panoramica, 36 c/o Parco della Chiusa 40033 Casalecchio di Reno;</p> <p>La Casola Via San Martino, 22/D 40050 Monte San Pietro;</p> <p>Bar Due di Picche Snc Via Lavino, 419/A 40050 Monte San Pietro</p>						
<b>9</b>	<b>Nuovo Circondario Imolese (IAT R)</b>	Autodromo Intern.le Ferrari Piazza Ayrton Senna da Silva, 2 40026 Imola	€ 100.410,00	€ 1.000,00	€ 100.410,00 di cui € 1.000,00 per animazione	€ 0,00	80	ALTA
<b>10</b>	<b>Comune di Dozza (IAT)</b>	Rocca Sforzesca di Dozza Piazza della Rocca, 6/A 40060 Dozza	€ 54.500,00	€1.000,00	€ 54.500,00 di cui € 1.000,00 per animazione	€ 0,00	60	MEDIA
<b>11</b>	<b>Comune di Imola (Welcome Room)</b>	Galleria Centro Cittadino Via Emilia, 135 40026 Imola	€ 49.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 19.000,00	60	MEDIA

12	<b>Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)</b>	Via Cento, 9/A 40017 San Giovanni in Persiceto	€ 80.500,00	€ 8.000,00	€ 80.500,00 di cui € 8.000,00 per animazione	€ 0,00	80	ALTA
13	<b>Comune di Crevalcore (IAT Diffuso)</b>	Edicola di Novella Lodi Viale Amendola, 330/F 40014 Crevalcore;  Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore Via della Pace, 361 40014 Crevalcore;  Pro Loco Crevalcore Aps Viale Amendola, 330 40014 Crevalcore;  Motoclub Crevalcore Asd Via del Bottazzo, 229 40014 Crevalcore	€ 16.429,89	€ 0,00	€ 16.429,89	€ 0,00	60	MEDIA
14	<b>Comune di Bologna (IAT R)</b>	Piazza Maggiore 1/E 40124 Bologna Aeroporto G. Marconi Via Triumvirato,84 40132 Bologna	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 300.000,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>TOTALI</b>			<b>€ 1.030.534,89</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 1.000.084,89</b> di cui <b>€ 10.500,00</b> per animazione	<b>€ 30.450,00</b>		

## MODENA

### 1) Comune di Sestola - IAT Sestola

P.G. n. 39624/2023

Integrazioni P.G. n. 40057/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1780 del 13/10/2023

#### SEDE

Corso Umberto I, 28, Sestola

#### MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta

#### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il progetto si propone di rispondere ai nuovi e mutati bisogni del turista, nell'ambito della riforma degli Uffici di Informazione Turistica e rispondendo agli obiettivi di semplificazione e razionalizzazione del sistema nel suo insieme, attraverso una riforma delle forme organizzative più tradizionali unitamente alla digitalizzazione dei servizi, e si focalizza su seguenti obiettivi:

- Rafforzamento dell'immagine del territorio turistico Modena-Bologna in primis;
- Integrazione del progetto con le linee regionali;
- Rafforzamento di una immagine identitaria ed unitaria di un territorio.

#### AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024

AROUND CIMONE - realizzazione della cartina "Around Cimone".

Al territorio del Cimone mancava una cartina estiva gratuita e a largo uso per la diffusione e una prima conoscenza del territorio e dei suoi sentieri, per potersi orientare facilmente ed avere da subito una visuale d'insieme dei comuni. Il turismo legato al trekking, alle bike e in genere al turismo sostenibile è in crescente aumento e la cartina si inserisce in un insieme di iniziative simili già svolte, come ad esempio il Passaporto Turistico dell'Alto Appennino Modenese, tenendo anche conto della diminuita età media degli interessati a questo tipo di turismo lento e quindi cercando di sviluppare questo target il più possibile.

Ecco perché i Comuni facenti parte dell'area del Cimone necessitano di fornire sia agli uffici turistici che alle strutture ricettive uno strumento semplice e di primo approccio alla varietà e vastità del territorio. Realizzata graficamente a mano con la raffigurazione completa e fedele di tutto lo skyline del Comprensorio del Monte Cimone con i comuni di Fanano, Sestola, Montecreto, Riolunato e in parte Lama Mocogno, Pievepelago e Fiumalbo, la Cartina Around Cimone comprende la maggior parte dei sentieri del territorio, dando una sorta di visione di massima sulla varietà e vastità del territorio. Sul retro invece verrà data informazione particolareggiata sulla difficoltà dei percorsi con illustrazione dei luoghi di interesse più iconici. Infatti il turista che si reca in un comune difficilmente resterà sempre nello stesso comune, manifestando la volontà e l'esigenza di spostarsi per scoprire nuovi territori e nuove realtà. Nell'ottica di questa visione d'insieme del territorio nasce l'idea di Around Cimone.

Il secondo step in previsione è completare la cartina con il versante ovest del Monte Cimone con una visione più dettagliata sui comuni di Fiumalbo, Pievepelago e Lama Mocogno.

Il territorio preso in esame per la realizzazione della cartina è parte del patrimonio UNESCO. Infatti nel Giugno 2019 è stato presentato al Ministero dell'Ambiente il Dossier per l'allargamento della Riserva MaB UNESCO Appennino Tosco-Emiliano ai territori dei Parchi dell'Emilia Centrale e al resto dell'Appennino Modenese.

TrekInAppennino – I sentieri dell’Appennino Modenese - Creazione di una brochure digitale che preveda la promozione e il racconto dettagliato di itinerari nella natura in linea con una sensibilità sempre più diffusa legata al risparmio di materiale cartaceo e garantendo uno strumento sempre consultabile sul proprio smartphone. Per ogni comune infatti verranno individuati i percorsi più suggestivi in modo da fornire al turista una visione complessiva dell’ampiezza dell’offerta sentieristica dell’Appennino Modenese. La brochure, che conterrà decine di itinerari, sarà realizzata in versione digitale permettendo così un’innovazione informativa degli Uffici Turistici in un’ottica di sostenibilità coerenti con l’evoluzione del mercato turistico.

Il reperimento del materiale per la brochure sarà prodromico al successivo step di registrazione delle tracce in gpx. Il progetto verrà promosso tramite video e foto per la promozione sui canali social, con l’inserimento di codici QR per scaricare i contenuti sul proprio device.

#### SENTIERI PER TUTTI

Individuazione di alcuni sentieri accessibili a tutti: persone non vedenti, ipovedenti, disabili motori o più semplicemente persone anziane, mamme con passeggini, bambini in bicicletta. La strategia è quella di inserire in una pubblicazione alcuni sentieri con poco dislivello, pavimentazione compatta, bordati da tronchi che fungono da batti-bastone o delimitati da staccionate per far mantenere l’orientamento ai non vedenti. Ogni comune fornirà un paio di itinerari in modo da creare un’offerta complessiva del territorio e si qualificherà come un valido strumento operativo per coloro che si recano presso gli Uffici di Informazione Turistica durante la loro vacanza. All’interno della stessa pubblicazione verranno indicati anche percorsi per anziani e famiglie con passeggini, sempre più frequentatori delle zone di riferimento. Questo progetto si caratterizza per elementi di accessibilità, sostenibilità con riferimenti ad un turismo inclusivo e sostenibile.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Nell’ottica di una maggiore condivisione dei contenuti tra i vari comuni e nell’ottica dell’immediatezza dell’informazione, l’abbonamento digitale alle testate locali come Gazzetta di Modena e Resto del Carlino viene indicato come uno strumento utile per rafforzare e migliorare il sistema di informazione ed accoglienza turistica.

La rassegna stampa verrà messa a disposizione di tutti i comuni giornalmente e potrebbe essere anche un metodo per utilizzare in maniera costante sui social network gli screenshot degli articoli più rilevanti in ottica turistica che coinvolgono i comuni dando così maggior visibilità al territorio.

Altra attività finalizzata al funzionamento della rete territoriale di informazione e accoglienza turistica è il proseguimento del lavoro svolto tramite il Sistema Informativo Regionale per il Turista che permette lo scambio e la condivisione di informazioni turistiche attraverso il sito di riferimento [www.inappenninomodense.com](http://www.inappenninomodense.com)

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L’EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Alcuni comuni si doteranno di screen o totem multimediali e/o informativi per garantire sempre un servizio di informazione turistica puntuale e qualificato. Il reperimento delle informazioni necessarie soprattutto in periodi stagionalizzati permette la fruizione dell’Appennino a 360°. Alcuni punti informativi poi implementeranno la rete wi-fi aperta e gratuita nei luoghi centrali e di maggior afflusso turistico (es. piazze, parchi, giardini pubblici) per permettere un reperimento costante delle informazioni attraverso la connessione internet che consente la consultazione dei principali siti di promozione turistica (es. [www.inappenninomodense.com](http://www.inappenninomodense.com) mobile friendly).

Per quanto riguarda servizi inerenti a strategie di turismo inclusivo e sostenibile il progetto “Sentieri per tutti” si colloca in questo ambito. Poter offrire al turista del materiale informativo che comprenda percorsi accessibili a persone diversamente abili o semplicemente a famiglie con i passeggini permette un turismo più inclusivo e a portata di tutti. Il turismo familiare in Appennino si sta sempre più sviluppando per cui risulta importante trovare opzioni idonee a soddisfare i bisogni di questo target turistico.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

È previsto lo scambio di informazioni tramite post programmati e condivisi sui principali canali social di riferimento di inappenninomodense e visitmodena al fine di una più stretta collaborazione tra città e appennino per una copertura delle informazioni turistiche a 360°. Obiettivo aggiuntivo allo sviluppo congiunto dei canali social di riferimento è quello di instaurare delle collaborazioni, soprattutto per determinati canali social come Instagram e TikTok, con influencer che possano promuovere congiuntamente le destinazioni turistiche (quindi sia la città sia l’Appennino) sui canali in maggiore espansione. L’obiettivo per il 2024 è quindi di ingaggiare Influencer operativi sulla piattaforma in modo che possano veicolare sia le eccellenze dell’Appennino sia quelle della città attraverso una linea promozionale strategica condivisa.

Oltre che tramite la collaborazione sui canali social prosegue lo scambio di materiale informativo reperibile presso gli uffici di informazione turistica dell’Appennino e lo IAT di Modena. Nell’ottica di accontentare un turista sempre più curioso e attento alle specificità del territorio lo scambio di materiale informativo in uffici fisicamente molto distanti tra di loro permette la diffusione capillare delle informazioni a vantaggio dei turisti che possono valutare e scoprire il territorio nella sua omogeneità.

Proseguirà inoltre la promozione di campagne interamente dedicate ad attività da svolgere in Appennino in cui gli uffici turistici continueranno ad essere promotori fondamentali per il successo stesso dei progetti messi in campo (es. Modena Slow).

### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Punto nevralgico dell’accoglienza in Appennino è la realizzazione di un ricco palinsesto di eventi e animazioni atte a soddisfare le esigenze dei numerosi turisti che, in buona parte, scelgono anche per questo il territorio quale meta delle loro vacanze; i target principali a cui i comuni si rivolgono sono prevalentemente famiglie, bambini e anziani che soggiornano soprattutto nel periodo estivo. Verranno poi organizzate anche iniziative di intrattenimento a livello sportivo per fare conoscere le infinite possibilità di praticare sport in Appennino.

### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Lo IAT del Comune di Sestola è anche sede di Redazione Locale del SiTur (Sistema di Informazione Turistica Regionale) che ne cura e ne gestisce lo sviluppo ed il buon funzionamento nell’ottica della sua funzione sovracomunale per i seguenti comuni aderenti: Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Serramazzone, Pavullo, Polinago e Montese. Prosegue quindi il percorso intrapreso negli anni, di collaborazione tra uffici di informazione e accoglienza che ha portato alla realizzazione tra il 2022 e il 2023 di un sito completamente nuovo e rinnovato nella grafica e nei contenuti (allineandosi con gli standard Regionali). Il SITur che si basa sull’apporto di più soggetti, garantisce un livello di omogeneità minimo tra i diversi territori e, contemporaneamente, dà risalto alle specificità delle diverse realtà locali e alle possibili tematiche di interesse del turista, in maniera tale da rendere attraente e fruibile il territorio regionale nella sua completezza.

Nel 2024 verrà completato il sito in tutte le sue parti e verrà anche implementato andando a sviluppare la versione in lingua inglese con la traduzione dei principali contenuti e sezioni che possano essere utili al turista.

Parallelamente al sito proseguirà la campagna di incremento dei followers del profilo Instagram, Facebook e TikTok, in maniera simile a quella realizzata dalla Regione Emilia Romagna, cercando di comprendere un target più vasto a livello di informazione turistica oltre che all'implementazione di Social Advertising e all'utilizzo di campagne sponsorizzate;

Da qualche anno poi è attiva e proseguirà anche nel 2024 l'invio della newsletter di InAppenninoModenese tramite la piattaforma Mailchimp, che permette, attraverso il mantenimento dei contatti mensili con gli iscritti e l'aggiornamento sugli eventi in programma, la fidelizzazione degli stessi.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Nell'ottica di professionalizzare le figure all'interno degli Uffici di Informazione ed Accoglienza Turistica alcuni operatori parteciperanno al corso professionalizzante per diventare Guida Ambientale ed Escursionistica che si configura come strumento necessario ed indispensabile per approfondire le conoscenze del territorio di riferimento. La Guida Naturalistica (Guida Ambientale Escursionistica) infatti è una figura professionale ad alto contenuto intellettuale, in grado di accompagnare persone singole o gruppi in ambienti di interesse naturale, illustrandone gli aspetti naturalistici, antropologici e culturali del territorio con connotazioni scientifico-culturali.

Inoltre la Guida Naturalistica riesce a conciliare la conoscenza del patrimonio culturale del proprio territorio con percorsi naturalistici e ambientali anche al fine di approfondire la conoscenza di elementi di identità locali non solo dal punto di vista naturalistico ma anche antropico, storico e culturale.

La formazione in tal senso si qualifica pertanto come valore aggiunto e altamente professionalizzante per gli operatori IAT che accolgono i turisti nelle proprie sedi di Informazione e Accoglienza Turistica.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 98.275,90

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 98.275,90 di cui € 18.200,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 68

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 2) Comune di Maranello per STTI - IAT R Terra di Motori

P.G. n. 39649/2023

Integrazioni P.G. n. 39997/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1780 del 13/10/2023

### **SEDE**

Via Dino Ferrari, 34, Maranello

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a: FERRARI SPA

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, 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 del 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 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" relativi al 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.

L'Ufficio IAT-R del Sistema Turistico Territoriale Intercomunale presso il Museo Ferrari di Maranello Motore centrale del Sistema Turistico è l'Ufficio IAT Terra di Motori presso il Museo Ferrari di Maranello, al quale, con DETERMINAZIONE n.1850/2023 della Provincia di Modena, è stata riconosciuta la funzione IAT-R ed è stata attribuita anche la funzione di IAT MOBILE, utile nelle attività di animazione e intrattenimento turistico organizzate dal Sistema Turistico nei territori di riferimento e in occasione di eventi fieristici. Con delibera della Giunta Comunale di Maranello n. 113 del 19/09/2023 e delibera del Comune di Modena n. 503 del 26/09/2023 è stato approvato l'Accordo "Sistema Informativo Regionale per il Turista (SITur). Collaborazione tra Redazione Locale del Comune di Modena e lo IAT Terra di Motori del Comune di Maranello, ai sensi della deliberazione di giunta regionale n. 1629/2019".

L'Ufficio IAT-R presso il Museo Ferrari di Maranello è ritenuto strategico per un territorio che ha molto da offrire e che si rafforza con la presenza di elementi diversi. Il "plus" del territorio dei Comuni del Sistema Turistico è stato riconosciuto nel mese di ottobre 2022 in occasione del Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze, che ha premiato il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale con lo Swiss Tourism Award "Per la valorizzazione di un territorio simbolo mondiale di velocità e dalle molteplici anime di turismo lento".

Nel corso del 2023 si è vista una notevole crescita di turisti che rappresentano un target estremamente eterogeneo, accomunato dall'uso del digitale e del mobile per informarsi, decidere e acquistare le proprie

vacanze: sono turisti indipendenti (DIY), frequent traveller ed anche repeater. Sono molto interessati dal visitare posti che sono stati le location di film, dove sono accaduti eventi o hanno vissuto personaggi famosi, i cosiddetti “Ambasciatori” che hanno funzionato da attrattori turistici, come riportato nel PPCT 2024 del Territorio Turistico Bologna-Modena. Per i territori del Sistema Turistico nel 2024 sarà utile sviluppare iniziative di promozione sfruttando la naturale scia di interesse che potrà generare nei pubblici stranieri l’uscita mondiale del film di Michael Mann su Enzo Ferrari.

Nel 2024 si intende “spingere” la tendenza registrata nel 2023, che ha visto un aumento dei visitatori che preferiscono organizzarsi un soggiorno originale e personalizzato, al di fuori dei viaggi organizzati, offrendo opportunità di conoscenza dei territori attraverso soluzioni e itinerari per un turismo short break che combini le varie eccellenze offerte dal STTI.

Il sito maranelloplus.com (e i social a questo collegati) è lo strumento per un importante lavoro di digital marketing. Gestito da una redazione diffusa nei territori convenzionati, offre ai turisti gli strumenti necessari per stimolare la voglia di scoprire attraverso una continua interazione con la piattaforma web. L’aggiornamento e il continuo rinnovo dei contenuti del sito, oltre ad una agenda condivisa degli eventi di interesse turistico, sono la base per un lavoro di promozione svolto attraverso i social da una agenzia affidataria del servizio di marketing digitale. Dal gennaio 2024 sarà operativo un ulteriore miglioramento, la funzione di Intelligenza Artificiale, di cui è stato affidato l’incarico di studio e formazione in questi ultimi mesi del 2023.

Nel 2024 il sito maranelloplus verrà implementato nella funzione podcast (anche in lingua inglese), sperimentata nel 2023, per aumentare la fruibilità delle informazioni turistiche, così come nella funzione promo-commercializzazione di esperienze.

Nel 2023 è stata svolta una ricognizione e aggiornamento dei punti interessati a diventare punti informativi e sono stati proposti momenti di formazione sulle tematiche relative ad accoglienza e informazione turistica oltre ad offrire, a chi ne avesse l’esigenza, corsi di inglese. Sono gli Ambasciatori locali (PPCT 2024 Territorio Turistico Bologna-Modena) che svolgono attivamente una funzione di promozione delle iniziative locali in collaborazione con gli enti di riferimento, sviluppando e allargando al di fuori del proprio territorio insieme ai residenti la risonanza del prodotto turistico. Obiettivo di miglioramento per il 2024 sarà la procedura volta ad ottenere il riconoscimento della rete di IAT Diffusi del territorio in coerenza con le caratteristiche disciplinate dalla Regione Emilia Romagna.

In un territorio che è sede di importanti industrie, nel 2023 è stato avviato il progetto di turismo per le industrie e sperimentato, in occasione della Italian Motor Week, il cosiddetto “turismo industriale” con la visita di gruppi di turisti ad aziende del territorio, un modo per promuovere siti ed eventi relativi alla cultura industriale. L’attività svolta nel 2023 ha preso il via con il coinvolgimento di alcune importanti industrie del territorio interessate ad offrire ai propri ospiti (fornitori, clienti, ecc.) occasioni per conoscere e vivere il territorio nei momenti non occupati direttamente dall’attività lavorativa. Si tratta di una clientela che può avere anche un’elevata possibilità di spesa e le aziende interessate godrebbero di un servizio “su misura” e in continuo aggiornamento. In occasione di un incontro svoltosi il 10 novembre 2023 è stato presentato il progetto ad alcune aziende pilota ed è stato proposto un questionario per raccogliere i fabbisogni, i cui risultati serviranno per elaborare e proporre alle aziende le prime “esperienze”. Come obiettivo di miglioramento nel 2024 si intende mettere a sistema le offerte del “Turismo per le industrie” e verificare la possibilità di avviare in via sperimentale anche il “Turismo industriale”, con visite alle aziende, ai loro musei ed archivi, per valorizzare il modo in cui l’economia si collega al territorio e riscoprire il valore aggiunto del Made in Italy,

Se i motori sono la caratteristica dominante dei comuni della pianura, la presenza di vie storiche, come la Via Vandelli, la via Romea Germanico Imperiale e il Cammino di Santa Giulia, oltre al percorso di completamento della Ciclovía del Mito Modena-Maranello sono stimoli a proseguire nell’attività di promozione del turismo Outdoor Active&Slow. A tal fine, oltre alla collaborazione con la Provincia per la partecipazione con proprie risorse alle attività delle associazioni che si occupano dei percorsi, nel 2024 come

obiettivo di miglioramento si agevolerà la possibile collaborazione fra aziende e il Sistema Turistico per la promozione dei tracciati percorribili in bicicletta (bike experience).

Per il turismo legato agli eventi sportivi, il 2023 è stato un anno ricco di eventi sul territorio del Sistema Turistico, tra i più importanti: il 5<sup>a</sup> Frassinoro Summer Biathlon Festival (30/06 - 02/07), evento internazionale svoltosi nella nuova e unica pista di biathlon dell'Appennino; la Coppa Romagna di rally, a Montefiorino, Palagano e Frassinoro; la Motocavalcata del Monte a Prignano s/Secchia; Giro d'Italia donne con tappa a Formigine; Coppa Italia NextPro Skiroll e tornei di calcio internazionali (Sassi e Trofeo Città dei Motori) a Maranello; la "Coppi Bartali" di ciclismo a Fiorano Modenese. Obiettivo di miglioramento 2024 del STTI sarà implementare l'ospitalità di eventi, tornei, competizioni internazionali grazie anche all'apertura di nuovi impianti sportivi e alla rete di associazioni sportive del territorio.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Nell'anno 2024 proseguiranno le attività dello IAT R in funzione di hub del Sistema Turistico con l'attivazione delle nuove possibilità di prenotazione e vendita attraverso i servizi dell'Agenzia di Viaggi incaricata.

Oltre alle attività di formazione del personale e alle verifiche e acquisizione delle certificazioni linguistiche, si svilupperanno forme più avanzate di collaborazione con le attività aderenti alla rete di IAT Diffuso e con le Aziende partecipanti al progetto di Turismo per le Imprese. Con queste ultime si potranno valutare possibili aperture alle visite degli impianti il cd Turismo Industriale. Sperimentazioni in tal senso sono già state effettuate nel corso del 2023 in occasione della Italian Motor Week, iniziativa nazionale di Città dei Motori di cui Maranello è capofila. Per queste iniziative, dove è prevista la prenotazione delle visite, lo IAT -R svolgerà appieno la sua funzione.

Nel 2024 proseguiranno le attività di promozione del Sistema Turistico attraverso il marketing digitale svolto da agenzia qualificata e con la realizzazione di educational tour rivolti alla stampa di settore, ai blogger e agli influencer che si occupano di viaggi e turismo (di cui al progetto PTPL 2024 presentato per l'ambito 2). Per quanto riguarda l'agenzia di promozione e marketing digitale l'incarico si svolge attraverso la pubblicazione di post su FB e IG collegati al sito maranelloplus. Propedeutici allo svolgimento dell'incarico sono la realizzazione e la pubblicazione di materiali promozionali, mini clip video che sono veicolati anche a pagamento. Gli educational sono previsti in distinti momenti dell'anno – a primavera e in autunno – affinché essi si facciano tramite presso il grande pubblico del racconto dei Comuni del Sistema Turistico, che possono offrire al viaggiatore scorci inusuali, sapori genuini, percorsi naturalistici, tracce di storia e memoria.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Con l'attuale configurazione del sito e l'assetto attuale dello IAT-R, uno degli obiettivi di miglioramento del 2024 sarà la creazione della rete di IAT diffusi. Il sito maranelloplus, le pagine e i profili collegati saranno i principali strumenti per il funzionamento delle reti territoriali di informazione e Accoglienza Turistica.

Nel 2024 si proporrà la conclusione di Accordi tra il Sistema Turistico e gli operatori del territorio e un ulteriore piano di formazione gratuito a fronte dell'impegno a svolgere un'attività di prima accoglienza turistica. Obiettivo finale sarà completare la procedura per il riconoscimento di "IAT - diffusi".

Il Sistema Turistico organizzerà attività di formazione sulle materie di informazione, accoglienza turistica, conoscenza del territorio e delle sue risorse. Il coordinamento della rete promuoverà e organizzerà la raccolta di informazioni sugli eventi organizzati in ciascun territorio e verificherà la possibilità di attivare collaborazioni con acetarie, caseifici e altre aziende per calendarizzare e rendere fruibili esperienze con prenotazione on-line favorendo il City Break (Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio).

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Nel 2024 il sito maranello plus verrà arricchito con la funzione di intelligenza artificiale che consente di fornire informazioni turistiche anche negli orari in cui lo IAT-R è chiuso al pubblico. La soluzione di una IA formata per rispondere ai quesiti che arrivano dai viaggiatori interessati a venire nel territorio integra, in modo nuovo e assolutamente al passo con i tempi, le modalità di erogazione del servizio di informazione turistica.

Sempre nel 2024 il sito verrà fornito di una versione inglese dei podcast pubblicati nel 2023.

Da una apposita sezione del sito si potrà inoltre consultare la lista dei ristoranti del territorio e scegliere fra le diverse possibilità anche la funzione di prenotazione del tavolo. I ristoratori che vorranno aderire potranno avvalersi infatti di un'apposita convenzione loro dedicata.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

È attiva e verrà ulteriormente sviluppata una procedura di condivisione e di reciproco supporto tra gli Uffici IAT della Provincia. In particolare verrà utilizzato il gruppo IAT ALERT sulla piattaforma whatsapp per le richieste di info sulle iniziative e sulle aperture/chiusure di musei, mostre, ecc in modo veloce e sicuro. Si promuoveranno le iniziative come di ampio respiro che coinvolgono più comuni della DMO.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Presenza del personale IAT-R in funzione di IAT Mobile con proprio stand e personale in occasione di nr. 4 eventi organizzati dalle Amministrazioni locali. L'attività del personale potrà svilupparsi attraverso la diffusione del materiale di informazione turistica dei territori del Sistema e piccoli gadget. Oltre alla presenza del personale IAT si attiverà un servizio di bus navetta da Maranello in occasione di 4 eventi di richiamo organizzati nei territori del Sistema appartenenti all'area appenninica.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il Comune di Maranello, attraverso lo IAT -R Terra di Motori collabora con la Redazione Locale del Comune Modena affinché possa adempiere alle previsioni di cui alla DGR 1629/2019 e provveda a caricare i contenuti relativi alle sezioni eventi, itinerari, località, per alimentare i siti della DT di riferimento e del portale ERT. Mensilmente sarà inviata una mail per aggiornare la redazione locale del Comune di Modena circa gli eventi del mese successivo in programma nei comuni del Sistema Turistico.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

I momenti di formazione previsti per le attività che aderiranno alla rete di IAT Diffuso saranno seguiti anche dagli addetti sia degli Uffici comunali che dell'Ufficio IAT R. Questi ultimi saranno impegnati in visite alle emergenze culturali, artistiche e paesaggistiche del territorio soprattutto in occasione dell'organizzazione degli educational tour previsti nel 2024. Si conseguiranno le certificazioni linguistiche per il personale che andrà ad integrare quello attualmente presente allo IAT R.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 179.044,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 179.044,00 di cui € 6.500,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 65

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

### 3) Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine - INCARPI – IAT Unione Terre d'Argine

P.G. n. 39718/2023

Integrazioni P.G. n. 40739/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1778 del 13/10/2023

#### SEDE

Palazzo Dei Pio - Piazza Dei Martiri 64, Carpi

#### MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: RTI costituita da Coopculture, AR/S Archeosistemi, Mediagroup

#### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il servizio IAT-Incarpi nel corso del 2023 ha recuperato in termini quantitativi e qualitativi rispetto alla fase di stallo dovuta alla pandemia, come da dati allegati alla domanda. Nel corso dell'anno sono emerse, alla luce del riconoscimento ottenuto dal servizio, alcune criticità che devono essere superate, in particolare relativamente all'aggiornamento della segnaletica dello IAT e all'aggiornamento del personale. Inoltre, alla luce di due interventi finanziati dall'Unione europea relativamente all'accessibilità e al superamento delle barriere cognitive e sensoriali e alla fruizione attraverso le nuove tecnologie del patrimonio architettonico e storico-artistico del Palazzo dei Pio, che godono di grande attenzione, viene proposta la medesima metodologia di visita turistica del centro storico e delle sue emergenze monumentali, inserendo anche i servizi turistici e commerciali nella rete di promozione turistica del territorio.

In questo contesto l'attenzione della stampa specializzata, del nuovo sistema di comunicazione che passa sui social media dagli influencer, le proposte di pacchetti con visita e fruizione dei servizi enogastronomici del territorio sono risultati molto graditi al pubblico locale e ai turisti.

#### Obiettivi specifici

- Sviluppo di azioni per il turismo sostenibile e accessibile:

Il turismo accessibile è senza dubbio un tema che merita di essere discusso con una certa delicatezza, ma che nasconde allo stesso tempo un'opportunità economica che, se ben compresa, potrebbe accelerare di molto l'appeal di un territorio, attirando l'attenzione di un flusso turistico importante. Il turismo accessibile è oggetto di interesse per molte categorie di persone, tanto che i suoi numeri sono in costante crescita. È un turismo di qualità, attento ai servizi offerti dal territorio e spesso concentrato nei periodi di bassa stagione, quando la confusione e il caos sono minori. Infine, è un turismo molto portato alla fidelizzazione, perché il turista che si trova bene presso una struttura o un territorio è facilmente portato a farvi ritorno.

- Sviluppo di azioni per l'aggiornamento del personale sulla base delle nuove tipologie di turismo/i: Sempre di più esistono diverse tipologie di turismo: si va da quello montano a quello balneare, che non riguardano il territorio, ma anche, ed è il caso di Carpi, dal turismo culturale a quello enogastronomico. Esistono poi ampie nicchie che si spostano per il turismo sportivo o del benessere, quindi gli amanti della natura e coloro che amano il turismo esperienziale. Si stanno facendo strada anche il turismo solidale e l'ecoturismo. Sono cambiate le abitudini delle persone. E di conseguenza sono cambiate anche le motivazioni degli spostamenti. Ogni ambito professionale, in un determinato luogo, può creare turismo. Il turismo verde invece è principalmente dedicato agli appassionati dell'ambiente. Sono infatti alla costante ricerca di aria pulita e percorsi benessere. Sempre esistito, ma in costante crescita, è invece il turismo MICE (settore meeting, incentive, congressuale e degli eventi). Il personale deve quindi essere formato e aggiornato a intercettare gusti e proposte per le diverse tipologie di turisti, in relazione alle specifiche richieste e caratteristiche del territorio.

- Potenziamento e promozione della rete territoriale turistica:

Si propone il progetto "Carpi Smart Cultural City" che ha come obiettivo quello di sviluppare un innovativo progetto di digitalizzazione integrato basato sulla piattaforma Artplace per promuovere e migliorare la

fruizione del patrimonio turistico della Città di Carpi, implementando l'accessibilità culturale e intellettuale dei contenuti, ampliando il bacino dei pubblici e migliorando la user experience dei visitatori con un approccio data driven. Il turista sarà guidato nel visitare il centro cittadino e nel raggiungere le mete di interesse, valorizzando le risorse della città fornendogli informazioni multimediali direttamente sullo smartphone.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Aggiornamento dei materiali a stampa di informazione e accoglienza turistica: mappe, depliant, guide brevi illustrativi e informativi

Aggiornamento della segnaletica dell'ufficio IAT, con le max forme di accessibilità: realizzazione dei pannelli segnaletici, sulla base delle nuove prescrizioni della Regione Emilia- Romagna, relativi all'ufficio IAT

Corso di formazione e aggiornamento del personale, sui nuovi turismi e in particolare sul turismo accessibile Noleggio attrezzature digitali per il progetto "Carpi Smart Cultural City"

Il progetto si basa sulla tecnologia beacon, per la mappatura del territorio e dei punti di interesse accessibile comodamente dallo smartphone, per la diffusione dei contenuti relativi ai percorsi, ai beni culturali e a tutto quanto si vuole valorizzare nei percorsi cittadini. Per fare questo si prevede l'installazione di 200 dispositivi beacon in un'area compresa fra l'asse che va dalla Stazione ferroviaria al Parco delle Rimembranze e l'asse principale del centro città che va da Piazza dei Martiri a Piazzale Ramazzini, coprendo anche piazzale Re Astolfo e l'area circostante. I dispositivi saranno nel complesso posizionati presso i principali punti d'interesse di carattere storico-culturale e presso alcuni selezionati esercenti, secondo un approccio innovativo e ragionato secondo i principi della Smart City.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Le attività che costituiscono le reti territoriali di informazione e accoglienza turistica dell'ambito dell'Unione Terre d'Argine si sviluppano attraverso le seguenti azioni:

- Vendita della CARPICARD, che include la visita al Museo della Bilancia di Campogalliano;
- Promozione sul sito web e sui social del servizio turistico Incarpi delle attività di animazione e promozione turistica-culturale del territorio.

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Il progetto "Carpi Smart Cultural City" è basato sulla tecnologia denominata "iBeacon", riconducibile a livello generale al cosiddetto Internet of Things (IoT). I beacon, infatti, sono piccoli dispositivi che utilizzano il protocollo Bluetooth Low Energy (BLE) per trasmettere segnali a dispositivi mobili. Questi segnali possono essere utilizzati per inviare notifiche, informazioni o contenuti personalizzati agli utenti, in un approccio di marketing di prossimità.

I beacon sono in grado tramite di geolocalizzare con precisione centimetrica gli smartphone e i tablet degli utenti grazie al protocollo BLE. Il loro raggio di azione può essere settato da un minimo di pochi centimetri sono di un massimo di 70 metri circa.

Il concept è quello della modalità Bring Your Own Device (BYOD), ossia un'interazione fra i device privati degli utenti e l'ambiente fisico e virtuale, mediante protocolli tecnologici innovativi come appunto i beacons. Nello specifico questa tecnologia smart implementa l'interazione e l'engagement tra utenti e il contesto turistico e culturale mediante piattaforme tecnologiche, nel caso specifico Artplace.

Tutta questa riflessione metodologica si basa sulla contingenza statistica che i turisti e i visitatori dei luoghi della cultura in genere, sono al giorno d'oggi per la stragrande maggioranza muniti di smartphones, in grado di elaborare e riprodurre informazioni e contenuti multimediali.

Grazie alla tecnologia iBeacon i visitatori potranno dunque godere di un'audioguida personalizzata, utilizzando uno strumento familiare come lo smartphone, che da un punto di vista sanitario non deve, peraltro, essere condiviso con altre persone, eliminando pure i costi di acquisto e/o di noleggio nonché di igienizzazione delle tradizionali audioguide, proposizione di valore non secondaria alla luce della recente pandemia.

I beacon costituiscono senza dubbio una tecnologia che consente di aumentare il livello di accessibilità: Fornitura di informazioni in tempo reale e geolocalizzate: i beacon possono essere utilizzati per fornire indicazioni in tempo reale alle persone con disabilità visiva o uditiva. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per infrastrutturare un itinerario di visita e fornire informazioni sulla modalità di fruizione dello stesso a una persona ipovedente o ipovedente.

Personalizzazione dell'esperienza: i beacon consentono di customizzare l'esperienza di visita delle persone con disabilità. Ad esempio, un beacon può essere utilizzato per fornire informazioni in un formato accessibile a una persona con disabilità visiva.

Indicazioni sul percorso: i beacon possono essere utilizzati per fornire informazioni sui percorsi di visita della città o del museo. Un dispositivo beacon può essere, infatti, impiegato per indicare a una persona con disabilità motoria che un percorso è accessibile.

Informazioni sui punti di interesse: i beacon possono essere utilizzati per favorire la fruizione di informazioni accessibili sui punti d'interesse (POI) individuati lungo i percorsi di visita outdoor e indoor.

In conclusione, la tecnologia beacon possiede un potenziale significativo per migliorare l'accessibilità dei luoghi di attrazione turistica per persone con fragilità.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

L'Amministrazione Comunale di Carpi si impegna a fornire una collaborazione attiva mettendo a disposizione le informazioni turistiche finalizzate all'aggiornamento del sistema turistico regionale.

Inoltre le informazioni, oltre che sul sito internet, sono erogate anche al front-office sia del Servizio IAT che della rete provinciale dei servizi di informazione.

#### **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Gli interventi di animazione e intrattenimento turistico riguardano:

- Eventi di tema food&wine (p.e. Emilia Food Fest)
- Promozione dei cammini presenti sul territorio (p.e. Via Germanica Imperiale; Cammino di Santa Giulia)
- Itinerari di promozione legati alle mostre e alla loro promozione

#### **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

L'Amministrazione Comunale di Carpi si impegna a fornire una collaborazione attiva mettendo a disposizione le informazioni turistiche finalizzate all'aggiornamento del sistema turistico regionale.

Inoltre le informazioni, oltre che sul sito internet, sono erogate anche al front-office sia del Servizio IAT che della rete provinciale dei servizi di informazione

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Il percorso di formazione proposto è relativo ai seguenti temi:

- Tecnica turistica
- Itinerari turistici
- Social media e strategia digitale nel marketing turistico
- Il turismo accessibile: definizione e sviluppo

Si prevede che il corso abbia una durata di 30 ore.

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 90.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 90.000,00 di cui € 5.000,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 60

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

#### 4) Comune di Modena - IAT R

P.G. n. 39739/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1777 del 13/10/2023

#### **SEDE**

Piazza Grande 14, Modena

#### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a: Modenatur s.c.a.r.l..

#### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Proseguono tutte le attività richieste dalla normativa e regolamentazione vigente: raccolta, trattamento e diffusione di informazioni turistiche con risposta via mail, telefonica, livechat, social, postale, sulle risorse locali con ambito cittadino, provinciale e regionale o su quelle inserite nel Sistema Informativo Regionale per il Turista, su quelle del Territorio turistico Bologna Modena; raccolta schede reclami per disservizi e inoltro agli enti competenti; compilazione ed elaborazione schede contatti; distribuzione materiali per la ricerca di disponibilità ricettiva; su richiesta dell'utente: iscrizioni, prenotazioni, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate, prenotazione guide turistiche; vendita materiali turistici e gadget; prenotazione dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive, limitatamente al turismo in entrata in Emilia-Romagna (IAT-R); spedizione e/o distribuzione materiale informativo ad enti associazioni, soggetti privati a supporto delle iniziative da loro organizzate che prevedono una presenza turistica rilevante nella città e provincia, nonché a supporto di iniziative di promozione del turismo modenese al di fuori del territorio provinciale; collaborazione con le case editrici per l'aggiornamento e il controllo delle informazioni delle guide di settore o dei siti turistici su internet; gestione corrispondenza; magazzino dei materiali in distribuzione; produzione materiale informativo specifico (calendari manifestazioni, schede informative tematiche contestuali ad eventi speciali, depliant tematici su luoghi e beni culturali); attività di accoglienza a giornalisti, opinion leader, delegazioni, gruppi di interesse, autorità e personale d'ambasciata, organizzazione di servizi di accompagnamento, educational tour e visite guidate ai visitatori in arrivo sul territorio provinciale; prenotazioni dell'orario di ingresso per i gruppi in visita al Duomo di Modena; prenotazioni delle visite tematiche in città, gestione servizio noleggio gratuito c'entro in bici, noleggio radioguide a supporto delle visite guidate; la vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia; la funzione di coordinamento nelle relazioni tra il team Social Emilia Romagna turismo e la rete degli IAT provinciali per la selezione e fornitura di contenuti, immagini e video per il piano editoriale social regionale; la gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale; l'allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale; attività di monitoraggio dei risultati e customer satisfaction.

Lo IAT-R di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo continuerà a potenziare la funzione di "hub" del territorio, fornendo informazioni turistiche non solo sul capoluogo ma anche sull'intera provincia, provvedendo in questo modo a fornire un'immagine unitaria del brand "Modena", nonché a realizzare una diffusione capillare dell'informazione sulle attrazioni ed eccellenze di tutto il territorio.

Il portale visitmodena.it rispecchierà la volontà di presentare l'intera offerta turistica territoriale e promuoverà l'intero territorio, dal capoluogo all'appennino e proseguirà, ampliandosi, l'attività di presentazione in forma coordinata delle esperienze di visita offerte dal territorio.

Obiettivi di miglioramento del servizio:

- rafforzare il ruolo di Modena come hub turistico a servizio di tutto il territorio provinciale;
- rafforzare il posizionamento di Modena e del territorio provinciale all'interno del sistema dell'Accoglienza turistica regionale e le relazioni con la rete degli IAT Regionali;

- sviluppare attività innovative di carattere promozionale per rafforzare l'identità turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT territoriali in progettualità condivise;
- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socioeconomico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- incrementare l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze da acquistare anche in autonomia;
- offrire al turista prodotti ed esperienze di qualità, in grado di intercettare bisogni specifici;
- mantenere un approccio flessibile nell'adozione di strategie e azioni di intervento;
- valorizzare il patrimonio culturale e naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Nel corso del 2024 verrà promosso un progetto di analisi del sistema recettivo modenese che, partendo dai dati statistici dell'osservatorio regionale implementerà l'analisi con una indagine del web sentiment relativo al sistema recettivo modenese nonché di alcune destinazioni concorrenti. Verranno inoltre sviluppate analisi dei trend della domanda turistica in riferimento alle principali tendenze nazionali e internazionali. Obiettivo del progetto è quello di sviluppare con il sistema ricettivo locale un confronto sulle prospettive turistiche future e delle azioni di sistema da implementare nei prossimi anni.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Lo IAT-R di Modena, che attraverso il gestore aderisce alla rete ERW Emilia - Romagna Welcome, Rete che raggruppa e coordina tutta l'offerta di attività e tour del territorio e la mette a sistema a livello regionale, mette a disposizione la piattaforma Trekksoft in uso anche a Bologna e in tutta la rete degli operatori Emilia-Romagna. Le offerte, relative a tutto il territorio provinciale, inserite nel portale di Modena saranno promosse e prenotabili anche su: emiliaromagnaturismo.it, emiliaromagnawelcome.com, sui siti di partner e affiliati alla rete regionale e saranno inoltre visibili e prenotabili con grande semplicità online e offline tramite contatto con gli operatori IAT di Modena dagli addetti della rete degli IAT della provincia di Modena, degli IAT regionali collegati allo stesso sistema di prenotazione e a Emilia Romagna Welcome, dagli operatori della ricettività della provincia di Modena. L'architettura descritta permetterà di qualificare ulteriormente una grande disponibilità di informazioni e proposte da veicolare ai propri ospiti per favorire una fruibilità del territorio di alta qualità. Il sistema di prenotazione potrà inoltre essere messo a disposizione degli altri IAT del territorio in caso di eventi di particolare rilevanza turistica come supporto alla commercializzazione tramite accordi con il Comune di Modena e il gestore IAT-R. Sempre in ottica di condivisione di funzioni e informazioni con gli altri IAT del territorio, nel corso del 2024 verranno avviate o potenziate alcune azioni che vedranno il coinvolgimento di tutta la rete degli IAT provinciali a vari livelli, azioni finalizzate a qualificare l'informazione e l'accoglienza turistica provinciale. In particolare, lo IAT R di Modena potenzierà la ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT, di "esperienze prenotabili" che permetteranno, attraverso l'inserimento di bottoni "Call to action" e l'utilizzo della Piattaforma Trekksoft", a tutti i soggetti di tutto il territorio provinciale proporre e mettere a disposizione dei turisti le offerte di visite guidate, corsi, vendite biglietti, pacchetti turistici ecc. Tale attività viene sviluppata per la condivisione di informazioni con altri IAT del territorio provinciale.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Realizzazione di nuove aree di funzione del sito VISITMODENA

VisitModena è un canale sempre più in linea con le nuove esigenze del turista navigatore, in questa direzione, a seguito dell'attività di analisi dell'attuale struttura del sito, degli attuali stakeholder e partner, e delle principali statistiche relative ai flussi che hanno caratterizzato il traffico del sito negli ultimi due anni, realizzata nel corso del 2023 al fine di identificare meglio gli obiettivi di medio/lungo termine del sito e predisporre nuova strategia generale, nel corso del 2024 si prevede di realizzare attività aggiuntive a quelle ordinarie, di implementazione di nuove aree di funzione del sito. In particolare, verrà realizzata una sezione del sito dedicata ad un archivio fotografico, che conterrà foto in varie dimensioni ovvero la stessa foto in formati e risoluzioni differenti, video con estensioni differenti, foto e video saranno provvisti di legenda con titolo, autore, breve descrizione in italiano e in inglese, geolocalizzazione della foto, luogo dello scatto, eventuale link di approfondimento esterno sul tema della foto in italiano e in inglese, data di aggiornamento archivio (ovvero data di aggiunta all'archivio, tipologia di licenza, attribuzione di tag per favorire la ricerca). L'accesso all'archivio sarà attivato con ipotesi di registrazione dell'utente con nome, cognome, e-mail, tipologia di utente (giornalista, tour operator o intermediario turistico, organizzatore eventi, ente pubblico, commercio) e sarà presente un motore di ricerca per filtrare i risultati, i risultati della ricerca dovranno apparire come anteprima della foto con possibilità di selezionare la modalità di visualizzazione (dalla più recente alla meno recente o viceversa).

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

L'attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promo-commerciale regionale è uno degli aspetti strategici che vengono considerati fondamentali per la gestione efficace e premiante del sistema di accoglienza del territorio. Il portale visitmodena.it, di proprietà del Comune di Modena, è stato identificato come accesso digitale di riferimento per informazione e commercializzazione per l'intero territorio modenese, con un sistema di governance che permette un'azione sinergica tra l'ente pubblico e la DMO con un dialogo costante tra informazione e commercializzazione, che mette al centro il turista e l'esperienza turistica nel suo complesso.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

In merito alle attività di animazione e intrattenimento turistico saranno attive le gestioni delle visite guidate a Palazzo Ducale di Modena e al Teatro Comunale Luciano Pavarotti e le prenotazioni alle visite dei luoghi del Sito Unesco di Modena (Torre Ghirlandina, Sale Storiche, Acetaia Comunale). Nel corso del 2024 alcune delle esperienze di visita presso questi luoghi altamente frequentati dai turisti verranno proposte in una veste nuova, innovativa e più inerente ai nuovi bisogni. A titolo di esempio verranno realizzate: visite guidate in lingua inglese e/o francese alla Torre, visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale; visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali di approfondimento, Aperitivi in Torre, visite guidate "all'alba" con colazione, performance teatralizzate con attori/cantanti, attività per bambini interattive (Escape Room multimediale/caccia al tesoro/misteri della torre/caccia al personaggio). Verranno inoltre potenziate: tutte le azioni e interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei beni "luoghi del gusto" dei produttori di prodotti tipici; le attività di informazione, animazione, accoglienza e promozione presso Sito Unesco, le azioni di informazione e promozione digitale, social e web, innovative; organizzazione di cicli di visite guidate con tematiche legate alla storia, ai luoghi dell'arte, alle nuove realtà storico-artistiche recuperate, e ai personaggi di Modena e del suo territorio

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura)

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Il programma di formazione degli addetti IAT-R prevede minimo 30 ore di formazione annue per ogni addetto IAT-R.

Le ore vengono suddivise come segue

- 14/16 ore: formazione sull'offerta turistica del territorio tramite visite onsite gestite in collaborazione con guide turistiche o esperti di settore. Il programma di visite viene personalizzato in base al grado di formazione e anzianità degli addetti e vengono tenute in forma individuale o di gruppo in base alle esigenze di approfondimento. I luoghi che tutti gli addetti devono aver visitato di persona e che ogni anno vengono rivalutati per aggiornamenti e visite ulteriori sono: Sito Unesco, Palazzo Ducale di Modena, Palazzo dei Musei e istituzioni presenti, luoghi FMAV, Teatro Comunale Pavarotti, Mercato Albinelli, Museo Enzo Ferrari, Maserati, Stanguellini, Collezione Panini, Museo Pagani, Museo Ferrari e i principali borghi, castelli e Palazzi della provincia di Modena;
- 6/10 ore: partecipazione a seminari di formazione e approfondimento organizzati da APT/ENIT o altri enti per aggiornamenti su trend del mercato turistico;
- 4/6 ore incontri di confronto e formazione congiunti organizzati con la rete di imprese Emilia-Romagna Welcome per il miglioramento nell'utilizzo del sistema di prenotazione e per la creazione di prodotti turistici;
- nel 2024, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà replicata una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

Oltre alle attività dedicate agli operatori dello IAT-R del Comune di Modena, sono previsti interventi di formazione sul sistema dell'accoglienza allargata quali incontri di aggiornamento e formazione delle guide locali, visite formative/educational per gli operatori Iat della Provincia e dell'Emilia-Romagna, Il percorso, che sarà sviluppato su minimo 3 appuntamenti, prevede attività di formazione specifica dedicata ai soggetti che per professione contattano e si relazionano con turisti, con l'obiettivo di qualificare i servizi di accoglienza non convenzionali, non istituzionali, di agevolare e fidelizzare il turista, apportando contestualmente beneficio al singolo esercizio dei settori commercio e turismo del territorio coinvolto. Questa attività sarà realizzata sinergicamente con la DMO con un'attenzione particolare al miglioramento della conoscenza sull'offerta del territorio e le declinazioni dei prodotti afferenti alle linee strategiche del Territorio Turistico Bologna-Modena

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 344.033,33

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 300.000,00 di cui € 34.880,34 per animazione (poiché la restante quota eccede l'importo massimo ammissibile per questa tipologia di ufficio ai sensi dell'Avviso pubblico)

**PUNTEGGIO:** 79

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 5) Comune di Modena - WELCOME ROOM

P.G. n. 39739/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1847 del 23/10/2023

### SEDE

Piazza Mazzini 45/A, Modena

### MODALITÀ DI GESTIONE

affidata ad Archeosistemi srl

### RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Le Welcome Room situata sotto piazza Mazzini (ex Albergo Diurno) di libero accesso permette la consultazione di informazioni turistiche sia tramite Monitor (anche dello IAT digitale) che trasmettono video promozionali di Modena e del territorio, che tramite materiale cartaceo promozionale ad uso dei turisti.

È provvista di arredi che consentono la consultazione dei materiali in maniera confortevole; inoltre sono presenti 4 postazioni multi-usb per ricarica smartphone e tablet e connettività wi-fi ad utilizzo gratuito.

È stato inoltre predisposto uno spazio specifico per il deposito bagagli da utilizzare in autonomia senza costi a carico del fruitore, comunque presidiato da 1 operatore, sempre presente negli orari apertura della welcome room, che offre anche informazione turistica e distribuzione materiale informativo, in coordinamento con lo IAT-R (come di seguito illustrato).

Gli spazi sono polifunzionali in quanto si prestano, tramite divisori amovibili, all'utilizzo contemporanea di mostre, eventi, sala formazione, sala meeting, senza precluderne l'utilizzo al turista e al visitatore della città, anzi arricchendo l'esperienza di visita con contenuti culturali ed espositivi. Il turista può inoltre accedere ai servizi dello IAT digitale e di prenotazione del portale [www.visitmodena.it](http://www.visitmodena.it) attraverso schermi touch migliorando anche l'accessibilità e la comodità di fruizione dei servizi digitali offerti.

A qualificare l'accoglienza del luogo la presenza di bagni pubblici completamente riqualificati, anche per disabili e spazio baby room.

### AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024

Nel corso del 2024 verranno organizzate mostre e iniziative culturali finalizzate ad arricchire il percorso di visita della welcome room. L'esperienza acquisita negli ultimi mesi ha infatti dimostrato che la programmazione di allestimenti espositivi e iniziative culturali non solo permette di aumentare l'attrattività del luogo ma crea interesse esperienziale nei turisti ed escursionisti in visita alla città. Nei mesi di gennaio / febbraio è già in corso di progettazione e realizzazione l'esposizione del Duomo di Modena realizzato completamente con i LEGO ad opera di una artista specializzato modenese (la facciata del Duomo era stata già esposta allo IAT R con grande successo di pubblico).

### ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE

La welcome room essendo collegata alla redazione locale di Modena e a [visitmodena](http://www.visitmodena.it) di fatto già possiede le caratteristiche funzionali a valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale. Lo spazio, inoltre, è già stato utilizzato, e lo sarà anche per il 2024, per attività formative della rete del IAT provinciali e per iniziative promozionali dell'offerta turistica del territorio modenese.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche. Sono presenti monitor (anche dello IAT digitale) per la divulgazione di spot pubblicitari audio e video e prenotazione on line, arredi atti a consentire la consultazione dei materiali turistici presenti di Modena e del territorio. È possibile vivere una esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, con proiezione in unica immagine su 3 pareti). Nel corso del 2024, infine, la welcome room sarà il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La DMO ha avuto e avrà un utilizzo degli spazi per l'organizzazione di eventi, meeting, ospitalità giornalisti ecc. grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

/

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IAT R, della Redazione Locale è supportata da Modenatur, mentre la gestione della Welcome room è affidata ad Archeosistemi (che gestisce anche le visite dei luoghi del sito Unesco di Modena). Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione della prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

/

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.000,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00

**PUNTEGGIO:** 78

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **6) Comune di Modena - IAT DIGITALE**

P.G. n. 39739/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1846 del 23/10/2023

### **SEDE**

Piazza Mazzini 45/A, Modena

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

Diretta

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Lo IAT Digitale del Comune di Modena è integrato con la welcome room e con il sistema di redazione locale e con la piattaforma visitmodena, rappresenta pertanto un terminale coordinato con il sistema di promozione, informazione e servizi turistici della città e del territorio.

È dotato di un autonomo collegamento adsl o wi-fi e collegato alla Redazione Locale del Sistema Informativo Turistico. I totem sono strutture resistenti all'urto, antivandalo ed antinvecchiamento, vetro antiriflesso, certificazione di risparmio energetico Pc interno con controllo da remoto accessibile in ottemperanza a quanto previsto dalla normativa vigente, consentita all'interno di una white list.

Sono disponibili a fianco dei totem dispositivi multi-usb, n. 4 per ricarica smartphone e tablet navigazione

Le informazioni turistiche sul patrimonio, le attività e i servizi turistici sono fornite in lingua italiana e inglese. Il servizio IAT digitale proposto risponde ai nuovi e mutati bisogni del turista, sempre più propenso all'utilizzo del digitale e permette di aumentare gli standard di innovazione tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza turistica, migliorando l'esperienza del turista: Permette infatti di fornire informazioni in tempo reale.

### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Nel corso del 2024 verranno potenziati i contenuti divulgati digitalmente sia in termini di servizi che di promozione turistica della città e del territorio.

Si prevede inoltre di realizzare un applicativo monitor touch per la pagina iniziale, una home page che consenta di guida nella navigazione delle pagine consultabili del totem/monitor touch quali portali turistici, portali di servizio al turista e altri servizi attraverso un sistema di rappresentazione.

Verrà ideato e progettato un gioco interattivo di osservazione, associazione e orientamento per scoprire la città di Modena: attraverso la proiezioni di particolari dei monumenti e dei luoghi turistici della città (es scorci) e il giocatore è chiamato a dovrebbe ricostruire la figura o il monumento e indicare la sua collocazione geografica in città. Ci saranno tre livelli di difficoltà e al superamento dell'ultimo verrà concesso un premio.

Verrà anche una mappa contenente la collocazione degli elementi del gioco per incentivarlo a effettuare visita di approfondimento.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

Lo IAT digitale essendo collegato alla redazione locale di Modena e a visitmodena di fatto già possiede le caratteristiche funzionali per valorizzare reti territoriali/virtuali di informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale.

## **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Lo spazio è accessibile anche a personale con difficoltà motoria in quanto dotato di ascensore e privo di barriere architettoniche. È possibile vivere un'esperienza immersiva di visita alla città grazie ad un apposito video realizzato fruibile grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, con proiezione in unica immagine su 3 pareti. Nel corso del 2024, infine, la welcome room sarà il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, nonché di visite turistiche a tema, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali. In tale contesto lo IAT digitale potenzierà le azioni di promozione e informazione turistica.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La DMO ha avuto e avrà l'utilizzo degli spazi digitali per la promozione dei servizi e delle attività di visita della città e del territorio anche grazie al sistema integrato di gestione coordinato dal Comune di Modena.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

/

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

Il Comune di Modena è sede di redazione locale (Modena e pianura) all'interno della funzione IATR. La gestione dello IAT R, della Redazione Locale è supportata da Modenatur, mentre la gestione dello IAT digitale è in collaborazione tra Archeosistemi (che gestisce la welcome room) e Modenatur. Il coordinamento e la responsabilità complessiva sono garantiti dall'unico responsabile degli appalti di gestione che già da anni ha sviluppato una piattaforma di collaborazione funzionale tra le imprese, anche attraverso l'utilizzo del sito visitmodena come supporto tecnologico alla gestione delle prenotazioni e alla promozione. Viene inoltre garantito in forma collaborativa e complementare un piano di redazione social condiviso.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

/

**TOTALE SPESE PREVISTE:** € 30.660,00

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 30.000,00 (poichè la restante quota eccede l'importo massimo ammissibile per questa tipologia di ufficio ai sensi dell'Avviso pubblico)

**PUNTEGGIO:** 78

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## 7) Unione Terre di Castelli - IAT

P.G. n. 39796/2023

Integrazioni P.G. n. 40165/2023

Estremi riconoscimento ufficio: Det. n. 1779 del 13/10/2023

### **SEDE**

Piazza Roma 5, Castelvetro di Modena

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

In concessione a: Consorzio Castelvetro di Modena V.I.T.A. (valorizzazione integrata territorio e ambiente)

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Nel corso degli anni, il progetto del brand territoriale Vivi, Scopri, Assapora in Terre di Castelli si è sviluppato, tanto da avere una identità unitaria e offrire un 'prodotto turistico' discretamente completo e complementare; unico ed univoco. Una terra, che si contraddistingue per specifiche peculiarità agroalimentari, paesaggistiche, costellato da borghi e castelli e vocato ad un turismo lento e sostenibile.

L'innovazione dell'informazione e accoglienza turistica deve esplorare le innovative strategie e tecnologie adottate nel settore turistico regionale. È in corso infatti una profonda trasformazione del panorama dell'informazione e dell'accoglienza turistica, occorre far fronte alle nuove prospettive che stanno emergendo grazie all'evoluzione delle tecnologie e alle crescenti esigenze dei viaggiatori moderni, verso strumenti innovativi che stanno ridefinendo la comunicazione turistica.

L'accoglienza turistica non è più limitata alla sfera fisica degli uffici turistici, ma si estende anche ai servizi online ed al coinvolgimento degli operatori / associazioni di promozione sociale locali ed in generale anche la comunità locale, promuovendo comportamenti responsabili da parte dei visitatori.

La cultura dell'informazione e dell'accoglienza sostenibile rappresenta un approccio che va oltre il semplice atto di accogliere i visitatori, ponendo al centro la consapevolezza ambientale e sociale. Coinvolgendo attivamente la comunità locale e promuovendo comportamenti responsabili da parte dei visitatori, si mira a garantire che il turismo abbia un impatto positivo a lungo termine sul territorio.

Il progetto si propone il coinvolgimento della Comunità Locale: la partecipazione attiva e diretta della comunità locale è fondamentale per creare una cultura d'accoglienza sostenibile. Coinvolgere residenti, imprese locali e organizzazioni nella pianificazione e nell'implementazione delle iniziative turistiche promuove un senso di appartenenza e responsabilità.

Qualità dell'informazione: è essenziale che le informazioni fornite siano coerenti tra le diverse piattaforme e durante le interazioni di accoglienza per evitare confusioni e garantire l'affidabilità.

L'integrazione di tecnologie che sviluppino base dati e piattaforme digitali comuni, consente una gestione più efficiente delle risorse e una risposta più tempestiva alle esigenze dei turisti.

Qualità dell'accoglienza: è fortemente influenzata dalla professionalità e cortesia del personale di accoglienza, inclusi operatori turistici, albergatori e personale degli uffici turistici. Una cultura dell'accoglienza ben sviluppata contribuisce alla soddisfazione del visitatore, incentivandolo a esplorare la destinazione e a ritornarvi.

Valorizzazione delle Risorse Locali: la cultura dell'accoglienza sostenibile mette in risalto le risorse locali, siano esse culturali, storiche, naturali o enogastronomiche. Promuovere e preservare tali risorse diventa un obiettivo comune per la comunità e i visitatori. La cultura dell'accoglienza sostenibile incoraggia comportamenti responsabili da parte dei visitatori. Ciò potrebbe includere l'uso consapevole delle risorse, il rispetto delle norme locali, la gestione dei rifiuti e l'adesione a principi di turismo responsabile.

Partenariati con Operatori Locali: collaborare con operatori turistici locali, guide, ristoratori e altre figure chiave all'interno della comunità contribuiscono a garantire che le pratiche turistiche siano in armonia con gli interessi e i valori locali.

Programmi di Turismo Esperienziale, favorendo il turismo esperienziale che consenta ai visitatori di immergersi nella cultura locale in modo autentico. Queste esperienze possono includere visite a produttori locali, partecipazione a eventi culturali e attività sostenibili.

Personalizzazione: le moderne tecnologie consentono una crescente personalizzazione delle informazioni, adattando consigli e suggerimenti alle preferenze individuali dei turisti.

Inclusività e Accessibilità: sforzi per rendere le informazioni turistiche accessibili a tutti, comprese persone con disabilità, attraverso pratiche come la traduzione multilingue e l'uso di tecnologie per l'accessibilità.

Feedback e Monitoraggio Continuo: la gestione integrata delle risorse, attraverso l'impiego di tecnologie avanzate, e raccolta di feedback continuo dei visitatori, alimentano il processo di miglioramento costante dei servizi turistici, consentendo di apportare aggiustamenti e migliorare costantemente le pratiche.

In sintesi, la cultura dell'informazione e dell'accoglienza sostenibile è incentrata sulla creazione di un'esperienza turistica che rispetta, valorizza e preserva la ricchezza del territorio, coinvolgendo attivamente la comunità locale e incoraggiando comportamenti responsabili da parte di tutti gli attori pubblici e privati coinvolti; fornendo banche dati, offerte turistiche di qualità, shooting fotografici e video digitali alle DMO per un utilizzo condiviso e strutturato.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Il progetto si propone di far evolvere l'informazione e accoglienza turistica, ad uno stadio più evoluto, con l'obiettivo di renderlo più efficace ed efficiente, sostanzialmente migliorarne la qualità con una sostanziale diminuzione degli orari di apertura (come da nuova normativa) e aumentare l'attività di back office ai fini dell'informazione e promozione digitale e social.

La cultura dell'accoglienza sostenibile rappresenta un approccio che va oltre il semplice atto di accogliere i visitatori, ponendo al centro la consapevolezza ambientale e sociale. Coinvolgendo attivamente la comunità locale e promuovendo comportamenti responsabili da parte dei visitatori, si mira a garantire che il turismo abbia un impatto positivo a lungo termine sul territorio.

Le azioni di miglioramento nell'ambito dell'informazione e dell'accoglienza turistica e dell'animazione turistica, sono fondamentali per garantire un'esperienza positiva ai visitatori e promuovere il turismo sostenibile. Ecco alcune azioni chiave da intraprendere:

1. **Formazione del Personale:**

Investire nella formazione del personale degli uffici turistici garantendo le conoscenze approfondite sulla destinazione, competenze interculturali e abilità comunicative per fornire un servizio accogliente e informativo.

2. **Punti di Informazione Diffusi:** creare una rete di punti informativi diffusi in luoghi strategici, per garantire una copertura ampia e facile accesso alle informazioni.

3. **Sviluppo di Materiale Informativo e digitale:**

Gestione di un sistema di supporti cartacei e multimediali funzionali alla promo-commercializzazione dell'area turistica di riferimento attraverso la realizzazione e, ove necessario, la stampa e/o ristampa di materiali su esperienze, eventi, luoghi, rassegne del territorio, di rilevanza turistica, che restituiscano un'immagine coerente e attraente della destinazione, facilitandone la fruizione da parte dei visitatori e da distribuire gratuitamente nei luoghi di maggiore affluenza, IAT diffusi inclusi;

4. **Piattaforme Digitali Aggiornate:**

Mantenere aggiornati i siti web e piattaforme digitali o data base condivisi con informazioni accurate e tempestive, con la collaborazione degli IAT diffusi e associazioni/enti operanti nel territorio.

5. **Innovazioni Tecnologiche:**

Esplorare innovazioni tecnologiche un'esperienza turistica più coinvolgente e informativa.

6. Accoglienza Virtuale: Introdurre l'accoglienza virtuale tramite video, webinar o presentazioni online per fornire informazioni dettagliate sulla destinazione prima dell'arrivo dei visitatori.

7. Incontri periodici di formazione locale (attività economiche, turistiche, associazioni di promozione sociale, amministratori e tecnici di riferimento degli enti), da pianificare in ogni comune di Unione Terre di Castelli al fine condividere progetti, informazioni, servizi turistici e nello stesso tempo raccogliere suggerimenti e criticità per implementare l'offerta turistica o migliorarla. Rendendoli ambasciatori della destinazione, che a ricaduta possono trasmettere a residenti, i quali possono loro stessi fornire informazioni autentiche e contribuire a un'atmosfera accogliente.

In queste sedi, saranno offerti anche esempi di buone pratiche e/o esperienze al servizio del turista già attuate da operatori turistici locali, per meglio esprimere le potenzialità del mercato turistico.

L'obiettivo è sensibilizzare tutti gli operatori pubblici e privati che 'l'unione fa la forza', fare rete in modo organizzato e strutturato è al servizio di tutti e le ricadute positive economiche sono proprio a vantaggio di un intero sistema economico e sociale.

8. Feedback dei Visitatori: Raccogliere regolarmente feedback dai visitatori attraverso sondaggi, recensioni online e interazioni dirette. Utilizzare queste informazioni per identificare aree di miglioramento e apportare aggiustamenti necessari.

9. Collaborazioni con Operatori Turistici Locali: collaborare con operatori turistici locali, agenzie di viaggio e altre parti interessate per offrire servizi turistici/esperienze atte a sviluppare pacchetti turistici e offerte che soddisfino le esigenze dei visitatori.

10. Promozione di Pratiche Sostenibili: promuovere pratiche sostenibili e responsabili tra i visitatori. Fornire informazioni sul riciclo, sulla riduzione dell'impatto ambientale e sul rispetto delle norme locali.

11. Sostegno alla strategia dell'Area Protetta del Parco dei Sassi di Roccamalatina, aree protette, aree rurali e aree interne, proseguimento degli obiettivi con i quali Unione ha aderito al CETS (Carta Europea per il Turismo Sostenibile nelle Aree Protette) per una offerta turistico-culturale ambientale.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

La sinergia tra gli enti pubblica aderenti ad Unione, settore privato e organizzazioni di volontariato attive nella promozione sociale, consolidate nel territorio, deve svolgere un ruolo attivo nei processi progettuali, in collaborazione con le istituzioni pubbliche, coinvolgendo il più ampio numero possibile di attori locali. Unione Terre di Castelli necessita di questa collaborazione per far conoscere e diffondere il proprio brand, non solo tra i turisti, ma anche tra i residenti delle diverse comunità.

Gli IAT diffusi costituiranno uno degli approcci centrali adottati dall'Unione, coinvolgendo nel medio-lungo termine una varietà di altri attori incaricati di fornire servizi informativi e di accoglienza turistica, e non solo. Diversi soggetti attivi in svariate tematiche potranno contribuire con il loro know-how e peculiarità, che spaziano dall'ambito culturale e storico a quello enogastronomico, nel corso delle loro specifiche attività, come ad esempio durante eventi, aperture di musei o visite guidate, solo per citarne alcune. Questi soggetti possono trasmettere informazioni dettagliate a cittadini e turisti, che a loro volta diventano portavoce in varie ed ulteriori occasioni.

Si configura, dunque, una rete impercettibile ma intrinsecamente potente, basata sull'autenticità attribuita alle persone che abitano in loco, suscitando un apprezzamento distintivo da parte dei visitatori.

#### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Il potenziamento e l'innovazione organizzativa e/o tecnologica dei servizi di informazione e accoglienza rappresentano un ambito cruciale nell'adattamento alle dinamiche in evoluzione del mercato turistico, nonché

per perseguire gli obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile. Un focus strategico su elementi chiave come accessibilità, sostenibilità e innovazione è fondamentale per garantire un'esperienza turistica che sia al passo con le esigenze contemporanee e rispecchi gli imperativi etici e ambientali.

L'elemento di accessibilità si riferisce alla creazione di servizi che siano facilmente accessibili a tutte le categorie di visitatori, indipendentemente da possibili limitazioni fisiche o cognitive. Ciò implica la progettazione di soluzioni che favoriscano l'inclusività e l'accesso equo a informazioni e servizi turistici.

La sostenibilità è un pilastro essenziale nell'adattamento dei servizi turistici alle esigenze attuali e future. Ciò implica l'adozione di pratiche sostenibili nell'organizzazione e nella fornitura di servizi, mirando a minimizzare l'impatto ambientale e a promuovere pratiche socialmente responsabili. L'integrazione di soluzioni eco- sostenibili, la gestione consapevole delle risorse e l'adozione di criteri etici contribuiscono alla creazione di un ambiente turistico più sostenibile.

L'innovazione organizzativa e tecnologica gioca un ruolo chiave nell'adeguare i servizi di informazione e accoglienza alle dinamiche del mercato turistico in continua evoluzione. L'implementazione di soluzioni tecnologiche ed esperienziali – materiali multimediali e video clip - può migliorare significativamente l'efficienza e l'efficacia dei servizi offerti, soprattutto anche in periodi di alta affluenza o in orari di chiusura del servizio. Allo stesso tempo, l'innovazione organizzativa, inclusa la formazione del personale e l'ottimizzazione dei processi, è essenziale per garantire un'offerta di servizi coerente con le aspettative degli utenti e le tendenze del settore.

#### **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

Le attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO, rappresentano un approccio collaborativo nel settore turistico, volto a ottimizzare la gestione e la promozione delle destinazioni.

Il supporto di una rete strutturata informativa (come sopra espresso) è fondamentale per la promozione e promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena, utilizzando in modo efficacemente il data base interno o anche il portale turistico dedicato.

Attività specifiche previste:

- condivisione di informazioni tra gli attori locali e le DMO è essenziale per una migliore comprensione delle esigenze del mercato turistico. Attraverso la raccolta e lo scambio di dati pertinenti, si può ottenere una visione più chiara delle tendenze, delle preferenze dei visitatori e delle opportunità di sviluppo
- promozione congiunta: collaborazione nella promozione di eventi, attrazioni e attività turistiche per aumentare la visibilità della destinazione
- la collaborazione con le DMO consente anche la creazione di sinergie tra gli operatori turistici locali, gli enti istituzionali e altre parti interessate. La condivisione di servizi può includere la cooperazione nella promozione turistica, la creazione di pacchetti turistici integrati e lo sviluppo di iniziative congiunte per migliorare l'attrattività della destinazione
- Gestione delle Risorse Turistiche: queste attività mirano a creare sinergie tra gli attori del settore turistico per promuovere una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni, migliorando nel contempo l'esperienza complessiva del visitatore. La collaborazione con le DMO diventa essenziale per coordinare tali sforzi e massimizzare gli impatti positivi sul turismo locale.

Si auspica l'adozione di piattaforme digitali e tecnologie per facilitare la collaborazione, consentendo una gestione delle risorse più integrata ed efficiente.

L'obiettivo finale di queste attività è migliorare la competitività e la sostenibilità della destinazione turistica.

In sintesi, le attività finalizzate alla condivisione di servizi e informazioni con le DMO sono un elemento chiave per una gestione turistica efficace. La cooperazione tra gli attori locali e le DMO può portare a una migliore comprensione delle dinamiche del mercato e a iniziative più innovative, contribuendo alla crescita sostenibile delle destinazioni turistiche.

## **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI RELATIVI AGLI ALTRI SERVIZI TURISTICI DI BASE (ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO)**

Creazione di un'offerta turistica che va oltre il semplice visitare luoghi, offrendo esperienze che arricchiscono il viaggio, promuovono la comprensione culturale e favoriscono una connessione più autentica con il territorio e lo distinguono, mantenendo un punto di vista selettivo.

Per implementare con successo un approccio al turismo esperienziale, è necessario progettare e offrire una serie di attività coinvolgenti e significative. Iniziative capaci di allargare e segmentare l'offerta, allungare i tempi di permanenza, intercettare i visitatori delle città d'arte limitrofe e offrire il 'prodotto' Terre di Castelli ad integrazione dell'offerta della Destinazione Bologna-Modena.

Sfruttare anche in modo particolare, i periodi al di fuori dei grandi eventi, come primavera e autunno, stagioni particolarmente suggestive dal punto di vista paesaggistico e utile a destagionalizzare e ampliare le presenze turistiche.

Azioni chiave per offrire un turismo esperienziale di qualità e specifico dell'area territoriale:

Sviluppo di Esperienze Autentiche:

Identificare e supportare attività economiche locali e Associazioni di promozione sociale che operano già nel settore e spronarne altre, che pur avendo le caratteristiche, hanno bisogno di un supporto formativo, a creare esperienze autentiche che riflettano la cultura, le tradizioni e il patrimonio del territorio, principalmente nei seguenti ambiti (come da PTCP della Destinazione per il 2024):

- Food&Wine

Visite alle aziende agricole (acetaie, caseifici, prosciuttifici, cantine) musei del gusto, degustazioni, corsi di cucina, incontri professionali, ristorazione di qualità; attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione (cene in vigna, in campi di lavanda, uliveti, acetaie, aziende agricole);

- Cultura

Promuovere itinerari guidati tra Castelli e borghi, a cura di soggetti operanti nel territorio;

- Spinta sull'autunno collina e appennino tra sagre e richiamo evocativo del foliage: produzioni tipiche, paesaggio/ambiente, cammini e trekking locali (Cammino Unione) e sovracomunali (Via Vandelli, Via Romea Nonantolana, Germanica imperiale, ecc ecc)

- Outdoor Active & Slow

Promuovere i cammini sovracomunali (Via Vandelli, Via Romea Nonantolana, Via Romea Germanica Imperiale, Romea) e locali anche in funzione della collaborazione degli operatori economici presenti nell'itinerario (Cammino dell'Unione), oltre la promozione degli itinerari cicloturistici già ideati e organizzati in una specifica mappa (acquistabile), che collegano la pianura (dalla Ciclabile Modena-Vignola) la prima montagna (Parco dei Sassi di Roccamalatina). Attività che prevedono il coinvolgimento di operatori turistici, guide ambientali, aumento permanenza sul territorio.

Coinvolgimento della Comunità Locale:

Collaborare strettamente con la comunità locale coinvolgendo associazioni di promozione/soggetti già operanti nel territorio che si faranno portavoce anche con la comunità locale, condividendo la loro esperienza e le loro storie.

Pianificazione di Itinerari Personalizzati:

- Offrire itinerari personalizzati in base agli interessi e alle preferenze dei viaggiatori. Consentire loro di scegliere attività in linea con le loro passioni, come la gastronomia, l'arte, la storia o il contatto con la natura.
- Collaborazioni con Operatori Locali:
- Collaborare con operatori turistici locali, agriturismi, ristoranti tradizionali e altre imprese locali per offrire pacchetti esperienziali che esplorino l'agroalimentare e l'enoturismo, anche con attività interattive che coinvolgano i partecipanti, come la partecipazione attiva nella preparazione di piatti locali, la creazione di opere d'arte o la partecipazione a eventi culturali.

- Creazione di Narrativa e Racconto:
- Costruire una narrativa coinvolgente intorno alle esperienze offerte, in modo che i visitatori possano sentirsi coinvolti emotivamente e collegati alla storia della destinazione.

## **DESCRIZIONE DELLE MODALITÀ DI COLLABORAZIONE CON LA REDAZIONE LOCALE DI RIFERIMENTO**

La collaborazione con la Redazione Locale di riferimento è essenziale per una promozione turistica efficace. Ecco una sintesi delle modalità di collaborazione:

- Mantenere una comunicazione costante e chiara con la redazione locale per condividere informazioni, aggiornamenti e novità turistiche.
- Fornire materiale informativo di qualità, come comunicati stampa e dettagli sugli eventi, per facilitare la creazione di contenuti accurati.
- Condividere risorse multimediali, come foto e video, per arricchire i contenuti e rendere più accattivanti le informazioni turistiche.
- Fornire aggiornamenti regolari sulla situazione turistica, nuove attrazioni o cambiamenti significativi per mantenere la redazione informata in tempo reale.
- Interagire su piattaforme social media, condividendo contenuti pertinenti e partecipando alle discussioni online per amplificare la visibilità turistica.
- Agevolare reportage e recensioni, agevolando la visita di giornalisti alle attrazioni turistiche per garantire una copertura approfondita.
- Collaborare con altre iniziative locali, come associazioni turistiche o enti governativi, per rafforzare il sostegno mediatico alle attività turistiche.
- La collaborazione reciproca e il dialogo costante sono fondamentali per il successo della promozione turistica attraverso i canali locali di comunicazione.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

Gli addetti hanno in corso attualmente la formazione per completare il requisito dei titoli (corso guida accompagnatore turistico) necessari alla scadenza della convenzione attuale (31.03.2024) come da domanda di accredito e conseguente accreditamento formale.

Successivamente sarà previsto un corso di formazione per tutti gli addetti ed altri eventuali di formazione di almeno n. 30 ore iniziali e di n. 20 di aggiornamento annuale, articolato in una serie di incontri con esperti del settore, nelle seguenti materie:

- sistema dell'informazione/accoglienza turistica del territorio locale e regionale;
- storia e cultura dei luoghi visitabili oltre che i Musei locali e i principali extra territori limitrofi;
- itinerari ambientali, cammini e percorsi cicloturistici, locali e sovracomunali;
- turismo enogastronomico ed esperienze offerte dagli operatori del territorio;

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

**TOTALE SPESE AMMISSIBILI:** € 50.000,00 di cui € 13.000,00 per animazione

**PUNTEGGIO:** 63

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

## **8) Unione Terre di Castelli - IAT DIFFUSO**

P.G. n. 39797/2023

Procedimento riconoscimento ufficio sospeso con P.G. n. 36615/2023

### **SEDE**

Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, Via F. Roncati, 28 Spilamberto  
Associazione Pro-Loco Vignola Terre di Ciliegie APS, Via Bellucci, 1 Vignola  
Centro visite Borgo dei Sassi, Sassi di Roccamalatina, Via Sassi 2000, Guiglia

### **MODALITÀ DI GESTIONE**

IAT DIFFUSO

### **RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO**

Gli obiettivi generali per il progetto IAT diffusi sono principalmente i seguenti:

- 1- Creare una sensibilità collettiva sull'accoglienza in generale ed in particolare rivolta al turista straniero (considerata la presenza sempre più massiccia già dal 2022 e che si è riscontrata aumentata in corso del 2023);
- 2- Costruire una rete di punti di informazione/accoglienza mirata e diffusa, in grado di offrire alcuni servizi IAT (prima accoglienza, informazione geografica, informazioni base sui maggiori eventi);
- 3- Costruire una rete informativa di back office condivisa per il reperimento informazioni e/o facilitare la prenotazione di servizi on line;
- 4- Ridurre nel medio termine i costi fissi strutturali per la gestione di IAT Terre di Castelli;

L'Unione TdC, già impegnata nel valorizzare e promuovere il proprio territorio e diffonderne il brand turistico, intende rafforzare le relazioni con il tessuto economico/sociale, mettendo a disposizione degli operatori nuove e specifiche competenze, offrendo così ai turisti una rete di supporto di qualità ed efficace. I nuovi obiettivi si basano sui concetti di flessibilità, sovracomunalità e formazione comune degli operatori, partendo dalla valorizzazione della rete esistente.

Questo ultimo aspetto è fondamentale, in quanto la rete locale degli IAT DIFFUSI sarà costituita da operatori che hanno sede ed attività negli 8 comuni aderenti ad Unione, Area Protetta del Parco dei Sassi di Roccamalatina, inclusa. Coinvolgendo il ricco intreccio di aziende/organizzazioni attivi sul territorio, dando così voce alla cultura dei luoghi (Enogastronomica, Paesaggistica, Artistica, Umana); coinvolgendo, emozionando, accogliendo, oltre che informando, con il calore umano e anche un po' di creatività.

Il progetto si propone di far leva non solo sulla bellezza dell'ambiente naturale, sulla ricchezza e conservazione del patrimonio culturale, sugli eventi programmati e servizi offerti, ma anche di coinvolgere il singolo operatore che vive e opera nel proprio territorio e, capace di trasmetterne la propria passione e amore verso il territorio stesso, a turisti e visitatori.

L'obiettivo è sviluppare la cultura dell'accoglienza, qualificare l'offerta, generare maggiore interesse e propensione di spesa verso i 'prodotti' locali, incrementando l'indotto e l'attrattività per gli operatori turistici e/o commercianti e non ultimo, allungare il tempo di permanenza del turista dando servizi certi, facilmente reperibili e qualificati.

In sostanza, trasformare ogni momento di contatto dell'ospite in una occasione di autentico incontro con la realtà locale, di scoperta dei valori e delle risorse del territorio e dall'altra, avere maggiori feedback al fine dell'eventuale miglioramento e/o implementazione dei servizi offerti.

Gli Uffici saranno dotati di materiale turistico informativo/promozionale aggiornato, della segnaletica con immagine coordinata ufficiale ed altro eventuale che si rendesse necessario in base alla definizione specifica degli operatori, da consegnare e/o fornire gratuitamente al turista e/o visitatore. Le strutture, inoltre, saranno

inserite in percorsi e iniziative di promozione e nella comunicazione integrata con IAT TERRE DI CASTELLI; non mancherà periodica verifica al fine di apportare modifiche e migliorie eventuali.

Oltre che rispondere ai criteri licenziati dal Territorio Turistico Bologna-Modena, la selezione degli operatori avverrà anche considerando ulteriori specifiche, al fine di assicurare di concerto:

- distribuzione capillare in luoghi di particolare affluenza turistica (anche tematiche);
- apertura al pubblico in giornate prefestive e festive, anche se stagionalmente;
- eventuali servizi turistici e/o esperienze offerte in chiave slow e sostenibile in ambito enogastronomico, ambientale, culturale;
- eventuale conoscenza lingua inglese;

Il progetto mira ad intercettare quegli operatori che possano essere IAT DIFFUSI con specialità e professionalità tematiche, tali da offrire:

- al turista informazioni più specialistiche e personalizzate ai propri interessi;
- una più efficace ed efficiente informazione sovracomunale in rete con IAT TERRE DI CASTELLI.

#### **AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2024**

Le azioni specifiche mirano in questa prima fase ad istituire n. 3 o 4 IAT DIFFUSI sperimentali, che andranno a supportare l'attività di IAT per il quale è previsto un ridimensionamento negli orari apertura (in linea con la nuova normativa), con un sostanziale potenziamento dell'attività di informazione digitale in merito all'accessibilità e di back office per attività di promozione territoriale.

Questi IAT complementari e coordinati offriranno pertanto informazioni e supporto al turista efficaci e efficienti.

Unione pertanto si propone di attivamente coinvolgere gli attori locali per instaurare una capillare rete di INFO-POINT. L'obiettivo primario consiste nel diffondere ampiamente la cultura dell'accoglienza, veicolando in maniera efficace i valori culturali e ambientali caratteristici del territorio. Parallelamente, il progetto si prefigge di fornire informazioni dettagliate e aggiornate sugli eventi in corso, contribuendo così a promuovere la vivacità e l'attrattiva della zona.

Gli INFO-POINT saranno posizionati in sedi e strutture accuratamente individuate, già in parte predisposte per questa specifica finalità e con una frequenza di visitatori turistici significativa. Al fine di garantire un'implementazione efficiente, saranno individuati i seguenti possibili partecipanti chiave al progetto:

1. Amministrazioni Locali: Coinvolgere le amministrazioni locali è essenziale per garantire il supporto logistico e organizzativo necessario alla collocazione degli INFO-POINT nelle sedi strategiche indicate.
2. Operatori Turistici: Coinvolgere gli operatori turistici già attivi nella zona consentirà una maggiore diffusione delle informazioni turistiche e una sinergia nella promozione degli eventi.
3. Commerci locali: Coinvolgere attivamente i commercianti locali può contribuire all'implementazione pratica degli INFO-POINT, sfruttando spazi già frequentati dai turisti.
4. Associazioni Culturali e Ambientali: Collaborare con associazioni che promuovono la cultura e la salvaguardia ambientale può arricchire l'esperienza offerta dagli INFO-POINT, veicolando in modo più approfondito i valori distintivi del territorio.

L'efficace collaborazione di questi soggetti è fondamentale per la realizzazione di un progetto che possa realmente influire positivamente sull'accoglienza e sulla valorizzazione del territorio.

Innanzitutto, le prime azioni previste comprenderanno:

- Si procederà all'attivazione di corsi di formazione, personalizzati in base alle esigenze effettive degli operatori, nelle discipline specificate;
- Si pianificherà un processo organizzativo interno per stabilire una rete informativa tra gli IAT DIFFUSI e gli IAT TERRE DI CASTELLI, garantendo così la qualità e la tempestività del servizio offerto;
- Sarà effettuata una verifica periodica di proposte, progetti o criticità emerse nel corso delle attività;

- Ai partecipanti verrà fornito materiale informativo promozionale riguardante il territorio sovracomunale, destinato a essere distribuito gratuitamente a turisti e visitatori; sarà anche possibile l'acquisto in conto vendita di altri materiali informativi prodotti e destinati alla vendita.

Nel medio termine, il progetto si propone di: intensificare gli sforzi per coinvolgere nuovi aderenti, al fine di ampliare la diffusione delle informazioni nell'area; avviare il processo di potenziamento dei canali informativi online e sui social degli aderenti, stabilendo connessioni digitali dirette al sito turistico di riferimento per favorire una maggiore condivisione del brand TdC e della destinazione associata; concentrarsi sull'ottimizzazione dell'accessibilità del sito IAT, mirando a rendere più agevole il reperimento delle informazioni e a conferire maggiore indipendenza e autonomia a turisti, visitatori e operatori economici. Ciò sarà realizzato attraverso collegamenti appropriati ai mezzi informativi delle redazioni locali e/o regionali.

### **ATTIVITÀ FINALIZZATE AL FUNZIONAMENTO DI RETI TERRITORIALI/VIRTUALI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA IN AMBITO SOVRACOMUNALE**

La sinergia tra enti pubblici, settore privato e organizzazioni di volontariato attive nella promozione sociale, consolidate nel territorio, deve svolgere un ruolo attivo nei processi progettuali, in collaborazione con le istituzioni pubbliche, coinvolgendo il più ampio numero possibile di attori locali. Unione Terre di Castelli necessita di questa collaborazione per far conoscere e diffondere il proprio brand, non solo tra i turisti, ma anche tra i residenti delle diverse comunità.

Gli IAT diffusi costituiranno uno degli approcci centrali adottati dall'Unione, coinvolgendo nel medio-lungo termine una varietà di altri attori incaricati di fornire servizi informativi e di accoglienza turistica, e non solo. Diversi soggetti attivi in svariate tematiche potranno contribuire con il loro know-how e peculiarità, che spaziano dall'ambito culturale e storico a quello enogastronomico, nel corso delle loro specifiche attività, come ad esempio durante eventi, aperture di musei o visite guidate, ad esempio. Questi soggetti possono trasmettere informazioni dettagliate a cittadini e turisti, che a loro volta diventano portavoce in varie ed ulteriori occasioni.

Si configura, dunque, una rete impercettibile ma intrinsecamente potente, basata sull'autenticità attribuita alle persone che abitano in loco, suscitando un apprezzamento distintivo da parte dei visitatori.

### **ELEMENTI DI ACCESSIBILITÀ, SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE: POTENZIAMENTO E INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA E/O TECNOLOGICA DI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA COERENTI CON L'EVOLUZIONE DEL MERCATO TURISTICO E CON OBIETTIVI DI TURISMO INCLUSIVO E SOSTENIBILE**

Azioni mirate al processo di miglioramento e aggiornamento dei servizi turistici in risposta alle dinamiche del mercato attuale, con particolare attenzione agli aspetti di inclusività e sostenibilità.

L'adattamento ai cambiamenti nel mercato turistico richiede un potenziamento e un'innovazione dei servizi di informazione e accoglienza. Gli elementi chiave di accessibilità, sostenibilità e innovazione organizzativa e tecnologica sono cruciali. L'accessibilità mira a garantire servizi inclusivi per tutti, mentre la sostenibilità promuove pratiche eco-sostenibili e socialmente responsabili. L'innovazione tecnologica, la formazione del personale e l'ottimizzazione dei processi contribuiscono all'innovazione organizzativa.

In sintesi, l'obiettivo è creare un ambiente turistico più inclusivo e sostenibile attraverso iniziative concrete, nel dettaglio.

Nel dettaglio, come anche già indicato:

- **Potenziamento Organizzativo**, riguarda il rafforzamento delle strutture organizzative coinvolte nei servizi turistici, includendo processi di gestione più efficienti, formazione del personale e strategie di coinvolgimento della comunità locale.

- Innovazione Organizzativa, comprende l'introduzione di nuovi modelli organizzativi che migliorano l'esperienza del turista, ad esempio attraverso la personalizzazione dei servizi, la collaborazione con stakeholder locali e l'adozione di pratiche gestionali innovative;
- Creare partenariati con piccole imprese locali per offrire esperienze turistiche più autentiche e sostenibili;
- Potenziamento Tecnologico, coinvolge l'incremento dell'uso di tecnologie avanzate per ottimizzare la fornitura di informazioni e servizi, migliorando l'efficienza e la soddisfazione del turista, grazie allo sviluppo in tale senso del portale di IAT Terre di Castelli.

## **ATTIVITÀ FINALIZZATE ALLA CONDIVISIONE DI SERVIZI E INFORMAZIONI CON LE DMO**

La condivisione di servizi e informazioni tra gli attori locali e le DMO è indispensabile per una gestione turistica efficace. La collaborazione e lo scambio di informazioni facilita la comprensione delle esigenze del mercato turistico, promuove sinergie tra operatori locali e istituzionali, e favorisce la creazione di iniziative congiunte per potenziare l'attrattività della destinazione.

Si prevede l'adozione di piattaforme digitali e tecnologie per facilitare la collaborazione, consentendo una gestione delle risorse più integrata ed efficiente. L'obiettivo ultimo è potenziare la competitività e la sostenibilità della destinazione turistica attraverso una cooperazione sinergica e una risposta più tempestiva. Saranno coinvolte in specifiche attività, oltre gli IAT DIFFUSI anche gli ulteriori 'attori' (come precedentemente espresso), come fornitori di servizi turistici per: scambio di Informazioni; raccolta dati, tendenze e preferenze del turista; collaborazione nella promozione di eventi, attrazioni e attività turistiche per aumentare la visibilità della destinazione; favorire la creazione di servizi turistici integrati che offrano un'esperienza senza soluzione di continuità ai visitatori; coinvolgimento nella pianificazione di eventi che possano attrarre visitatori e migliorare la reputazione della destinazione; coinvolgimento nella gestione condivisa delle risorse turistiche, programmi di formazione per operatori turistici e personale di accoglienza per migliorare la qualità dei servizi offerti.

Queste attività mirano a creare sinergie tra gli attori del settore turistico per promuovere una gestione più efficace e sostenibile delle destinazioni, migliorando nel contempo l'esperienza complessiva del visitatore. Azioni essenziali che contribuiscono all'attività delle DMO per coordinare sforzi e massimizzare gli impatti positivi sul turismo locale e della destinazione turistica.

## **DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DEI PERCORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E AGGIORNAMENTO DEGLI ADDETTI**

L'adesione al progetto da parte degli operatori prevede la partecipazione a un corso di formazione di almeno n. 20 ore iniziali e di n. 10 di aggiornamento annuale. Articolato in una serie di incontri con esperti del settore, ma anche con soggetti/aziende che già operano sul territorio, anche con lo scopo di far incontrare i vari soggetti che nella loro diversa professionalità, possono conoscersi e sviluppare propri progetti e offrire nuovi servizi o esperienze. I temi previsti:

- sistema dell'informazione/accolgenza turistica del territorio locale e regionale;
- storia e cultura dei luoghi visitabili oltre che i Musei locali e i principali extra territorio limitrofi;
- itinerari ambientali, cammini e percorsi cicloturistici, locali e sovracomunali;
- turismo enogastronomico ed esperienze offerte dagli operatori del territorio;
- conoscenza e formazione sulle modalità di utilizzo dei canali digitali informativi di Unione Terre di
- Castelli (sito web e pagine social) allo scopo di reperire informazioni aggiornate e puntuali;

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

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

**PUNTEGGIO:** 63

**FASCIA DI VALUTAZIONE:** MEDIA

PTPL 2024 - AMBITO 1 "SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI" MODENA								
Richiedente		Sede uffici	Piano finanziario iniziale	di cui Spese per animazione	Spese ammissibili	Spese non ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione
1	<b>Comune di Sestola (IAT)</b>	Corso Umberto I 28, Sestola	€ 98.275,90	€ 18.200,00	€ 98.275,90 di cui € 18.200,00 per animazione	€ 0,00	68	MEDIA
2	<b>Comune di Maranello - STTI (IAT R)</b>	Via Dino Ferrari 34, Maranello	€ 179.044,00	€ 6.500,00	€ 179.044,00 di cui € 6.500,00 per animazione	€ 0,00	65	MEDIA
3	<b>Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine (IAT)</b>	Palazzo Dei Pio - Piazza Dei Martiri 64, Carpi	€ 90.000,00	€ 5.000,00	€ 90.000,00 di cui € 5.000,00 per animazione	€ 0,00	60	MEDIA
4	<b>Comune di Modena (IAT R)</b>	Piazza Grande 14 Modena	€ 344.033,33	€ 40.000,00	€ 300.000,00 di cui € 34.880,34 per animazione	€ 44.033,33 di cui € 5.119,66 per animazione	79	MEDIA
5	<b>Comune di Modena (WELCOME ROOM)</b>	Piazza Mazzini 45/A, Modena	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	78	MEDIA
6	<b>Comune di Modena (IAT DIGITALE)</b>	Piazza Mazzini 45/A, Modena	€ 30.660,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 660,00	78	MEDIA
7	<b>Unione Terre di Castelli (IAT)</b>	Piazza Roma 5, Castelvetro di Modena	€ 50.000,00	€ 13.000,00	€ 50.000,00 di cui € 13.000,00	€ 0,00	63	MEDIA

					per animazione			
8	<b>Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO)</b>	Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, Via F. Roncati 28, 41057 Spilamberto  Associazione Pro-Loco Vignola Terre di Ciliegie – APS Vignola via Bellucci 1, 41058 Vignola  Centro visite Borgo dei Sassi, Sassi di Roccamalatina, Via Sassi 2000, 41052 Guiglia	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 10.000,00	€ 0,00	63	MEDIA
<b>TOTALI</b>			<b>€ 832.013,23</b>	<b>€ 82.700,00</b>	<b>€ 787.319,90 di cui € 77.580,34 per animazione</b>	<b>€ 44.693,33 di cui € 5.119,66 per animazione</b>		



**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

**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 Pedalenta 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", ciò 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. abbinata 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**

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
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 valorizzare 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>		

**PROPOSTA DI GRADUATORIA PTPL 2024**

**PTPL 2024 - AMBITO 1 BOLOGNA**

<b>Richiedente</b>	<b>Sede uffici</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>di cui Spese per animazione</b>	<b>Spese ammissibili</b>	<b>Spese non ammissibili</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
<b>IAT RESERVATION E IAT</b>							
<b>Comune di Sasso Marconi (IAT R)</b>	Via Porrettana 314, 40037 Sasso Marconi	€ 112.700,00	€ 0,00	€ 112.700,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>Nuovo Circondario Imolese (IAT R)</b>	Autodromo Intern.le Ferrari Piazza Ayrton Senna da Silva 2, 40026 Imola	€ 100.410,00	€ 1.000,00	€ 100.410,00 di cui € 1.000,00 per animazione	€ 0,00	80	ALTA
<b>Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT R)</b>	Via Cento 9/A, 40017 San Giovanni in Persiceto	€ 80.500,00	€ 8.000,00	€ 80.500,00 di cui € 8.000,00 per animazione	€ 0,00	80	ALTA
<b>Comune di Bologna (IAT R)</b>	Piazza Maggiore 1/E, 40124 Bologna Aeroporto G. Marconi Via Triumvirato 84, 40132 Bologna	€ 300.000,00	€ 0,00	€ 300.000,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>Comune di Monghidoro (IAT)</b>	Via G. Matteotti 1, 40063 Monghidoro	€ 79.800,00	€ 500,00	€ 79.800,00 di cui € 500,00 per animazione	€ 0,00	65	MEDIA

<b>Comune di Alto Reno Terme (IAT)</b>	Piazza della Libertà 11, 40046 Porretta Terme	€ 92.345,00	€ 0,00	€ 92.345,00	€ 0,00	65	MEDIA
<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)</b>	Piazza Marconi 6, 40042 Lizzano in Belvedere	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>Comune di Lizzano in Belvedere (IAT)</b>	Via Marconi 31, 40042 Frazione di Vidiciatico, Lizzano in Belvedere	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>Comune di Dozza (IAT)</b>	Rocca Sforzesca di Dozza Piazza della Rocca 6/A, 40060 Dozza	€ 54.500,00	€ 1.000,00	€ 54.500,00 di cui € 1.000,00 per animazione	€ 0,00	60	MEDIA
<b>IAT INNOVATIVI</b>							
<b>Comune di San Benedetto Val di Sambro (WELCOME ROOM)</b>	Piazza della neve 15, Frazione Madonna dei Fornelli, 40048 San Benedetto Val di Sambro	€ 13.400,00	€ 0,00	€ 13.400,00	€ 0,00	60	MEDIA
<b>Comune di Marzabotto (WELCOME ROOM)</b>	Casa della Cultura e della Memoria Via Porrettana Sud 1, 40043 Marzabotto	€ 41.450,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 11.450,00	60	MEDIA
<b>Comune di Valsamoggia (IAT DIFFUSO)</b>	La Mandria Via Risorgimento 326, 40069 Zola Predosa;  Cà La Ghironda Resort	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	60	MEDIA

	<p>Via Leonardo da Vinci 19, 40069 Zola Predosa;</p> <p>Pro Loco Savigno Aps Piazza XV Agosto 40053 Valsamoggia;</p> <p>COPAPS Soc. coop. a R.L. via Panoramica 36, Parco della Chiusa 40033 Casalecchio di Reno;</p> <p>La Casola Via San Martino 22/D, 40050 Monte San Pietro;</p> <p>Bar Due di Picche Snc Via Lavino 419/A, 40050 Monte San Pietro</p>						
<b>Comune di Imola (WELCOME ROOM)</b>	<p>Galleria Centro Cittadino Via Emilia 135, 40026 Imola</p>	€ 49.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 19.000,00	60	MEDIA
<b>Comune di Crevalcore (IAT DIFFUSO)</b>	<p>Edicola di Novella Lodi Viale Amendola 330/F, 40014 Crevalcore;</p> <p>Sezione Associazione nazionale Carabinieri di Crevalcore Via della Pace 361, 40014 Crevalcore;</p> <p>Pro Loco Crevalcore Aps Viale Amendola 330, 40014 Crevalcore;</p> <p>Motoclub Crevalcore Asd</p>	€ 16.429,89	€ 0,00	€ 16.429,89	€ 0,00	60	MEDIA

	Via del Bottazzo 229, 40014 Crevalcore						
<b>TOTALI</b>		<b>€ 1.030.534,89</b>	<b>€ 10.500,00</b>	<b>€ 1.000.084,89</b> <b>di cui</b> <b>€ 10.500,00</b> <b>per animazione</b>	<b>€ 30.450,00</b>		

<b>PTPL 2024 - AMBITO 2 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>
<b>UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE</b>	<b>Crinali Teatro 2024</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	83	ALTA
<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
<b>COMUNE DI BOLOGNA</b>	<b>Trekking Urbano</b>	€ 16.000,00	€ 16.000,00	€ 0,00	73	MEDIA
<b>COMUNE DI SAN LAZZARO DI SAVENA</b>	<b>I Gessi raccontano - Storie di natura e cultura a due passi dalle mura di Bologna</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	73	MEDIA
<b>NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE</b>	<b>BE IN WONDERLAND</b>	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 0,00	70	MEDIA
<b>IF IMOLA FAENZA TOURISM per conto del COMUNE DI BORGO TOSSIGNANO</b>	<b>Parco della Vena del Gesso Romagnola patrimonio dell'umanità: una nuova opportunità territoriale di turismo sostenibile</b>	€ 8.500,00 (iva esclusa)	€ 7.500,00 (iva esclusa)	€ 1.000,00	69	MEDIA

<b>COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME</b>	<b>OUTDOOR TOUR</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	68	MEDIA
<b>UNIONE RENO GALLIERA</b>	<b>Conosci la ciclovía del Reno? Azioni per la promozione del cicloturismo in pianura</b>	€ 8.000,00	€ 7.998,32	€ 1,68	67	MEDIA
<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
<b>COMUNE DI SAN GIOVANNI IN PERSICETO</b>	<b>Riprendere la Pianura</b>	€ 36.500,00	€ 36.500,00	€ 0,00	64	MEDIA
<b>COMUNE DI IMOLA</b>	<b>BACCANALE 2024. Rassegna culturale ed enogastronomica</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	63	MEDIA
<b>CARTA BIANCA APS</b>	<b>Festival Mente locale – Visioni sul territorio 2024</b>	€ 37.210,00	€ 37.210,00	€ 0,00	63	MEDIA
<b>COMUNE DI CASTEL SAN PIETRO TERME</b>	<b>Notte Celeste – Terme in festa</b>	€ 24.000,00	€ 24.000,00	€ 0,00	62	MEDIA
<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
<b>UNIONE DEI COMUNI SAVENA - IDICE</b>	<b>Slow travel sui Colli Bolognesi</b>	€ 15.250,00	€ 15.250,00	€ 0,00	60	MEDIA

<b>MUTUA SALSAMENTARI 1876 BOLOGNA</b>	<b>“Il Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co.”</b>	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 0,00	60	MEDIA
<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
<b>VITRUVIO APS</b>	<b>Sull’onda dell’Ammiraglio dalle acque del Reno a quelle degli oceani</b>	€ 39.000,00	€ 35.000,00	€ 4.000,00	52	BASSA
<b>TERRITORI NARRATIVE ITALIAN LANDSCAPE</b>	<b>“Narrative Italian landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l’accessibilità culturale”</b>	€ 40.000,00	N.A.	N.A.	48	N.A.
<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>		

**PTPL 2024**

**PROSPETTO DI RIEPILOGO**

**AMBITO 1 “SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”**

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

<b>Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2024</b>	<b>Spesa ammessa</b>	<b>Contributo</b>
<b>AMBITO 1</b>	<b>€ 1.000.084,89</b>	
- “SERVIZI TURISTICI DI BASE DI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”	€ 989.584,89	DA DEFINIRE
- “ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO”	€ 10.500,00	DA DEFINIRE
<b>AMBITO 2</b>		
- “INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE”	€ 509.651,40	DA DEFINIRE
<b>TOTALI</b>	<b>€ 1.509.736,29</b>	<b>DA DEFINIRE</b>

**PROPOSTA DI GRADUATORIA PTPL 2024**

**PTPL 2024 - AMBITO 1 MODENA**

<b>Richiedente</b>	<b>Sede uffici</b>	<b>Piano finanziario iniziale</b>	<b>di cui Spese per animazione</b>	<b>Spese ammissibili</b>	<b>Spese non ammissibili</b>	<b>Punteggio</b>	<b>Fascia di valutazione</b>
<b>IAT RESERVATION E IAT</b>							
<b>Comune di Modena (IAT R)</b>	Piazza Grande 14, 41121 Modena	€ 344.033,33	€ 40.000,00	€ 300.000,00 di cui € 34.880,34 per animazione	€ 44.033,33 di cui € 5.119,66 per animazione	79	MEDIA
<b>Comune di Sestola (IAT)</b>	Corso Umberto I 28, 41029 Sestola	€ 98.275,90	€ 18.200,00	€ 98.275,90 di cui € 18.200,00 per animazione	€ 0,00	68	MEDIA
<b>Comune di Maranello - STTI (IAT R)</b>	Via Dino Ferrari 34, 41053 Maranello	€ 179.044,00	€ 6.500,00	€ 179.044,00 di cui € 6.500,00 per animazione	€ 0,00	65	MEDIA
<b>Unione Terre di Castelli (IAT)</b>	Piazza Roma 5, 41014 Castelvetro di Modena	€ 50.000,00	€ 13.000,00	€ 50.000,00 di cui € 13.000,00	€ 0,00	63	MEDIA
<b>Comune di Carpi per Unione Terre d'Argine (IAT)</b>	Palazzo dei Pio Piazza Dei Martiri 64, 41012 Carpi	€ 90.000,00	€ 5.000,00	€ 90.000,00 di cui € 5.000,00 per animazione	€ 0,00	60	MEDIA

<b>IAT INNOVATIVI</b>							
<b>Comune di Modena (WELCOME ROOM)</b>	Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena	€ 30.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 0,00	78	MEDIA
<b>Comune di Modena (IAT DIGITALE)</b>	Piazza Mazzini 45/A, 41121 Modena	€ 30.660,00	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 660,00	78	MEDIA
<b>Unione Terre di Castelli (IAT DIFFUSO)</b>	Museo dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena Via F. Roncati 28, 41057 Spilamberto	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 10.000,00	€ 0,00	63	MEDIA
	Associazione Pro-Loce Vignola Terre di Ciliegie – APS Via Bellucci 1, 41058 Vignola						
	Centro visite Borgo dei Sassi, Sassi di Roccamalatina, Caffetteria - Punto Ristoro Via Sassi 2000 41052 Guiglia						
<b>TOTALI</b>		<b>€ 832.013,23</b>	<b>€ 82.700,00</b>	<b>€ 787.319,90 di cui € 77.580,34 per animazione</b>	<b>€ 44.693,33 di cui € 5.119,66 per animazione</b>		

<b>PTPL 2024 - AMBITO 2 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>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>UNIONE DEI COMUNI DEL FRIGNANO</b>	<b>Frignano Experience: Vivi, Scopri, Assapora</b>	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	81	ALTA
<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>COMUNE DI CARPI</b>	<b>Carpi tour, accessibilità digitale per tutti</b>	€ 39.284,00	€ 39.284,00	€ 0,00	80	ALTA
<b>TOTALI</b>		<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 158.544,00</b>	<b>€ 0,00</b>		

**PTPL 2024**

**PROSPETTO DI RIEPILOGO**

**AMBITO 1 “SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”**

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

<b>Riepilogo Ambiti del Programma Turistico di Promozione Locale 2024</b>	<b>Spesa ammessa</b>	<b>Contributo</b>
<b>AMBITO 1</b>	<b>€ 787.319,90</b>	
- “SERVIZI TURISTICI DI BASE DI COMUNI E DELLE UNIONI DI COMUNI”	€ 709.739,56	DA DEFINIRE
- “ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO”	€ 77.580,34	DA DEFINIRE
<b>AMBITO 2</b>		
- “INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE”	<b>€ 158.544,00</b>	DA DEFINIRE
<b>TOTALI</b>	<b>€ 945.863,90</b>	DA DEFINIRE

## PARERE DI REGOLARITÀ TECNICA

(di cui all'art. 49 D. Lgs. n. 267/2000 e ss.mm.ii.)

**AREA AREA SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE**

**SERVIZIO SERVIZIO TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA  
UFFICIO COMUNE TURISMO**

PROPOSTA DI Deliberazione del Consiglio metropolitano N.6808/2023

**OGGETTO:** PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE DEL TERRITORIO  
TURISTICO BOLOGNA-MODENA: APPROVAZIONE DEL PROGRAMMA  
TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L.) 2024.

Il **Dirigente/Funziionario** del Settore AREA SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE SERVIZIO  
TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA UFFICIO COMUNE TURISMO, esprime  
parere FAVOREVOLE sulla proposta di cui sopra **in ordine alla regolarità tecnica**.

*Bologna, 07/12/2023*

**IL RESPONSABILE**

***Il Dirigente/Funziionario delegato STANZANI  
MICHELANGELO***

## AREA SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE

### SERVIZIO TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA UFFICIO COMUNE TURISMO

#### Repertorio Deliberazione del Consiglio metropolitano - Proposta n. 6808/2023

**OGGETTO:** *PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA: APPROVAZIONE DEL PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L.) 2024.*

Ai sensi dell'art. 40 ter comma 3 del *Regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi*, si esprime il VISTO richiesto in merito alla proposta di atto indicata in oggetto.

*Bologna, 12/12/2023*

**Firmato digitalmente**  
**TROMBETTI GIOVANNA<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Documento prodotto in originale informatico e firmato digitalmente ai sensi degli artt. 20 e 21 del Codice dell'amministrazione digitale. L'eventuale stampa del documento costituisce copia analogica sottoscritta con firma a mezzo stampa predisposta secondo l'art.3 del D.Lgs. 39/1993 e l'art. 3 bis, co. 4bis del Codice dell'amministrazione digitale (D.Lgs. 82/2005).



**AREA RISORSE PROGRAMMAZIONE E ORGANIZZAZIONE  
PARERE DI REGOLARITÀ CONTABILE**

***OGGETTO: PROGRAMMA ANNUALE DELLE ATTIVITÀ TURISTICHE DEL TERRITORIO  
TURISTICO BOLOGNA-MODENA: APPROVAZIONE DEL PROGRAMMA TURISTICO DI  
PROMOZIONE LOCALE (P.T.P.L.) 2024.***

Ai sensi dell'art. 49 del T.U. delle leggi sull'ordinamento degli enti locali, D.lgs. 267/2000, si esprime parere di regolarità contabile favorevole relativamente alla proposta di delibera in oggetto.

Deliberazione del Consiglio metropolitano n. proposta 6808 del 2023

Il Dirigente/Funziario delegato  
BARBIERI ANNA

*atto firmato digitalmente*