

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2014 (art. 6, L.R. 7/98 e successive modificazioni di cui alla L.R. 2/07)

1. LINEE STRATEGICHE

Si richiamano in forma integrale, quale principale riferimento dei criteri e degli obiettivi di programmazione del presente PTPL, le Linee Strategiche adottate dal Consiglio Provinciale con Deliberazione n. 134 del 17/07/2013 e di seguito approvate dalla Giunta della Regione Emilia-Romagna con Deliberazione n. 1124 del 2.08.2013

2. SERVIZI TURISTICI DI BASE RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA, ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO

I progetti relativi all'informazione-accoglienza turistica proposti dagli Enti competenti (Comuni, Comunità Montane e Unioni di Comuni) e ritenuti ammissibili sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

N	Soggetto richiedente	Progetto/descrizione	Importo del progetto IVA esclusa (costi di gestione)	Valutazione
1	Comune di Modena	Gestione IAT di Modena 2013 e realizzazione nuovo punto informativo polifunzionale presso stazione dei treni	191.100,00	OTTIMO
2	Comune di Sestola capofila dell'aggregazione composta da Sestola, Fanano, Montecreto, Riolunato, Pievepelago, Fiumalbo, Lama Mocogno, Serramazzoni	Servizi turistici di base - IAT del Cimone	231.800,00	DISTINTO
3	Comune di Carpi capofila dell'aggregazione composta da Campogalliano, Carpi, Novi e Soliera	Servizi turistici di base - gestione ufficio IAT "Terre d'Argine"	75.000,00	DISTINTO
4	Unione Comuni Terre dei Castelli (Comuni di Vignola, Castelvetro, Savignano, Spilamberto e Castelnuovo R.)	Servizi turistici di base - gestione ufficio IAT "Terre di Castelli"	93.000,00	BUONO
5	Comune di Pavullo	Servizi turistici di base -	28.629,44	SUFFICIENTE
6	Comune di Montese	Servizi turistici di base -	67.159,98	INSUFFICIENTE
		TOTALE	686.689,42	

3. INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE

3.1. GRADUATORIA ED ATTRIBUZIONI DI MERITO

Gli interventi di promozione turistica di interesse locale, ritenuti ammissibili per caratteristiche del soggetto proponente e delle attività previste, sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

N	Ente proponente	Progetto	Costi	Valutazione complessiva
1	Cons. Valli del Cimone	Appennino Bianco 2013-2014	150.000,00	OTTIMO
2	Cons. Valli del Cimone	Montagna dolce e dinamica 2014	313.000,00	OTTIMO
3	Comune di Carpi	Rilancio dell'immagine città di Carpi - 2° anno	14.800,00	DISTINTO
4	Comune di Nonantola	Visit Nonantola - progetto per il rilancio turistico di Nonantola - anno I	24.900,00	DISTINTO
5	Comune di Finale Emilia	Promozione e valorizzazione di una città che rinasce	60.000,00	BUONO
6	Comune di Maranello	Informare attraverso il territorio - lat diffuso del territorio "Benvenuto turista!" fase IV	30.450,00	BUONO
7	Comune di Montese	Montese tra Terra, Fuoco, Acqua e Aria	31.500,00	SUFFICIENTE
		TOTALE	624.650,00	

Titolo: Appennino Bianco 2013-2014 – prot. n. 90262

Soggetto proponente: Cons. Valli del Cimone

Descrizione del progetto:

Se dal punto di vista delle dotazioni e della qualità degli impianti sciistici le destinazioni dell'Appennino modenese, in particolare la Stazione Invernale del Cimone, costituiscono un'eccellenza capace di competere con le migliori stazioni alpine, dal punto di vista dell'offerta collaterale si riscontra una sofferenza dovuta prevalentemente alla scarsa presenza di strutture, servizi e competenze in ambiti sempre maggiormente richiesti quali benessere, animazione per bambini e loro supervisione in strutture quali i kinderheim, o anche solo l'acc ompagnamento su percorsi escursionistici invernali.

Il progetto si propone quindi di esaltare, attraverso una strategia di promo-commercializzazione impostata sulla relazione diretta con il cliente che verrà coinvolto e messo in relazione con i "luoghi" della montagna e con un'offerta ricettiva diversificata per target e per fasce di prezzo, non solo le dotazioni impiantistiche tradizionali delle Stazioni invernali appenniniche, ma l'insieme dei luoghi e dei servizi di accoglienza presenti sul territorio. Si darà seguito all'azione già intrapresa di un minor ricorso alla produzione di materiali cartacei sia informativi che promozionali, mediante la valorizzazione della rete come mezzo di comunicazione e di promozione con l'utilizzo dei social network e dei canali web sempre in un'ottica di sostegno alla commercializzazione e non di mera informazione.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto, che si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, fa riferimento ad azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere che hanno come obiettivo la promozione del prodotto neve e della montagna invernale ed estiva.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di “rete”:

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Consorzio Stazione Invernale del Cimone;
Comune di Frassinoro;
Comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Sestola;
Scuola di Sci Val Dragone e Boscoreale, Centro Fondo Boscoreale, Società Sportiva Frassinoro, Sci Club Piandelagotti, Agonistica Boscoreale;
Operatori turistici e imprese commerciali del Comprensorio Cimone e del Comprensorio Paradiso del Fondo aderenti al piano;
Consorzio Piane di Mocogno.

Ambiti coinvolti

Sport,
Tempo libero,
Turismo familiare, di gruppi, pendolare

Segmenti di domanda:

Azioni e proposte diversificate in grado di intercettare le richieste di più soggetti: sciatori tradizionali (discesa e fondo), tribù dello snowboard, famiglie con bambini, gruppi adulti, scolastici e sportivo e pendolari giornalieri.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Aggiornamento e potenziamento della piattaforma comunicativa web al fine di renderla maggiormente efficiente in relazione al raggiungimento e alla penetrazione del target di riferimento;
- Attuazione di politiche di comunicazione mirate attraverso l'utilizzazione di canali web e social specializzati rispetto a determinate categorie di target di riferimento (sci tradizionale, snowboard, eventi sulla neve...);
- Sostegno agli arrivi e alle presenze alberghiere tramite la realizzazione di politiche di pricing aggressive nella realizzazione delle proposte di soggiorno dedicate al segmento individuale;
- Cavalcatura dell'effetto “sostituzione” della clientela tradizionale dell'Appennino con quella tradizionalmente abituata a destinazioni alpine al fine di rendere maggiormente conosciuta e appetibile la destinazione a quest'ultimo target e a fidelizzarlo nel futuro;
- Ampliamento del target gruppi e sci club attraverso una politica di relazionamento efficace e duraturo messa in atto con l'utilizzo di promoter adeguatamente formati e la diffusione di proposte di soggiorno particolarmente premianti sia a livello di pricing che a livello di personalizzazione delle stesse;
- Ampliamento del bacino geografico target attraverso l'aggressione del mercato anglosassone e del mercato est-europeo attraverso la partecipazione a fiere di settore all'interno delle azioni svolte in accordo all'UdP Appennino e Verde;
- Coordinare le azioni e gli strumenti con i progetti di Promozione e Commercializzazione Turistica già avviati in stretto rapporto con l'Unione di Prodotto Appennino e Verde e APT Servizi Emilia Romagna in modo da evitare sovrapposizioni e aumentare la visibilità del prodotto soprattutto sui mercati.

Mercati di intervento:

Mercati tradizionali: Bacini di prossimità della provincia modenese, della pianura emiliana e del versante toscano; Bacini di medio raggio: Romagna e Alta Emilia, Toscana;

Mercati da sviluppare: Bacino di medio e lungo raggio: Marche, Umbria, Roma e Alto Lazio;
Mercati dell'Est Europa e Gran Bretagna.

Azioni e strumenti:

- partecipazione a workshop specializzati sul segmento neve/montagna e alla fiera Sky pass;
- marketing diretto via web;
- azioni di promozione e comunicazione con immagine coordinata anche presso attività commerciali.
- incentivi giornalieri e stagionali;
- promozioni per gruppi organizzati e soggiorni infrasettimanali;
- offerte di settimane bianche e proposte “open”;
- realizzazione eventi;
- accordo co-marketing con i Parchi tematici della riviera romagnola;

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Ottima rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

E' assicurata la compatibilità con il contesto ambientale e culturale anche in relazione al minor uso di materiale cartaceo a fini promozionali.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

L'obiettivo della strategia di promo-commercializzazione che sarà intrapresa per le stazioni dell'Appennino modenese nella stagione invernale 2013/2014 sarà quello di attivare strategie di relazione con il cliente sempre più dirette, facendolo partecipe della vita della montagna, mantenendo vivo in lui la relazione con i luoghi, al fine di desiderare di soggiornare, fruire dei nostri servizi, divertirsi e comunicare l' esperienza positiva agli amici.

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto mediante azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere sul territorio che hanno come obiettivo la promozione del prodotto neve e della montagna invernale ed estiva.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

L'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito:

- Comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del call center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;
- Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;
- Riscontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.
- Risultati ottenuti dall'attività del Call Center che emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 150.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

Titolo: Montagna dolce e dinamica 2014 – prot. n. 90263

Soggetto proponente: Cons. Valli del Cimone

Descrizione del progetto: Grande punto di forza del nostro territorio è che ha saputo fare sistema e, negli anni, lo sviluppo organizzativo e dell'offerta si è evoluta, seguendo la domanda del mercato, e cercando nuovi prodotti che attirassero nuove tipologie di turismo.

Ad oggi il turismo sportivo è il segmento che garantisce prenotazioni anticipate, destagionalizzazione e permanenze settimanali; ed è per questa ragione che sarà il prodotto di punta anche per il 2014.

Occorrerà, inoltre, intensificare le promozioni e le offerte per le famiglie e legate ai prodotti trasversali quali enogastronomia e cultura.

Tenendo, perciò, presente i punti di debolezza del territorio e delle esigenze del nuovo turista:

- la crescita dei brevi soggiorni (al massimo 3/4 notti) richiesti dai residenti nei centri urbani di prossimità, con conseguenti, disfunzionali affollamenti nei week-end e svuotamenti improvvisi;
- la crescita esponenziale dell'attenzione al prezzo. I turisti chiedono, trattano e confrontano, dedicano ore al lavoro di selezione che riguarda più l'albergo che la destinazione;
- l'imprescindibilità dell'offerta di benessere negli alberghi. Le strutture ricettive sprovviste di area wellness sono out-performing;
- la pressione dei turisti per un'offerta gastronomica alberghiera superiore;
- una clientela sempre più critica e attenta, tanto ai dettagli quanto a sconti e offerte speciali.

Con lo scopo di qualificare ulteriormente gli scopi e gli obiettivi comuni dell' area appenninica e, che si gettino le basi per proporre azioni di promo commercializzazione coordinate e congiunte, riconoscendo e rendendo riconoscibile le attività e le proposte della Montagna Modenese come un sistema turistico sinergico e coeso, per il 2014.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, nelle azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere attivi sul territorio che hanno come obiettivo la promozione del prodotto montagna invernale ed estiva, del turismo sportivo, del turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche e del turismo rivolto alle famiglie e ai ragazzi. In essere, anche, correlazione con il Programma Operativo Regionale del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (POR FESR) 2007-2013 - ASSE 4 - Attività IV.1.1 e relativo Programma di Valorizzazione e Promozione del Territorio (P.V.P.T.), il Progetto Crosscultour del programma Interregionale Central Europe.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Comune di Fanano
Comune di Fiumalbo
Comune di Frassinoro
Comune di Lama Mocogno
Comune di Montecreto
Comune di Pavullo nel Frignano
Comune di Pievepelago
Comune di Riolunato
Comune di Serramazzoni
Comune di Sestola
Promappennino Soc. Coop.

Ambiti coinvolti

Tempo libero,
Sport
Escursionismo,
Ambiente,
Turismo

Segmenti di domanda:

Turismo familiare,
Turismo enogastronomico,
Turismo di gruppo (sportivo, cicloturismo)
Turismo naturalistico/escursionistico
Turismo culturale (in particolare musicale).

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

Il progetto perseguirà i seguenti obiettivi:

- incrementare i flussi turistici;
- sostenere la comunicazione presentando la capacità attrattiva dell' Appennino come destinazione di vacanza valorizzando le iniziative di vasta risonanza ed in particolare gli eventi e le eccellenze di interesse regionale e nazionale;
- il miglioramento dell'efficacia del sistema di vendita mediante l'intensificazione dei rapporti con promoter, i T.O., ADV e canali di vendita organizzati sui mercati di riferimento;
- il potenziamento delle fonti e dei mezzi di informazione alle quali si rivolge un gran numero di turisti "fai da te" per la scelta delle proprie destinazioni di viaggio. Questo in quanto i canali "tradizionali" stanno, in misura sempre maggiore, perdendo appeal in favore dei canali "innovativi" quale Internet che in particolare incontra i favori di un ampio target composto sia da persone giovani sia di media età e con un livello culturale medio-alto;
- lo sviluppo di una efficace e tempestiva rete di comunicazione per lo sviluppo delle media e public relation nei mercati di riferimento in cui vengono realizzate le azioni e le iniziative organizzate in Appennino;
- consolidare ed incrementare l'immagine dei prodotti turistici di eccellenza del territorio.

Mercati di intervento:

All'interno dei diversi target di riferimento possono essere individuati dei segmenti specifici relativamente allo "scopo" della vacanza e i relativi mercati di riferimento:

Turismo famigliare > proposte rivolte a individuali. - Mercato di riferimento: Emilia, Toscana, Marche.

Turismo enogastronomico > proposte rivolte ad individuali e gruppi. - Mercato di riferimento: Centro e Nord Italia.

Turismo sportivo/MTB > proposte rivolte a individuali, gruppi organizzati, squadre

Mercato di riferimento gruppi: Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio.

Mercato di riferimento individuali: Centro e Nord Italia, Germania, Austria, Paesi Bassi, Francia, Scandinavia.

Turismo naturalistico/escursionistico > proposte rivolte a individuali e a piccoli gruppi organizzati. -

Mercato di riferimento: Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio.

Azioni e strumenti:

Sono previste per ogni tipologia di Target azioni e strumenti mirati afferenti alle seguenti tipologie:

- Azioni di promozione e comunicazione generale,
- Azioni di sostegno alla commercializzazione,
- Marketing Diretto e Web Marketing,
- Eventi,
- Attività di Start up nell'area Unione Comuni Valli Dolo Dragone e Secchia,

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

La mission di Valli del Cimone punta all'aggregazione degli operatori intorno a un progetto di marketing, con particolare attenzione all'innovazione del prodotto e alla qualità dei servizi, nel segno di un turismo sostenibile.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto si inserisce nelle attività previste nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, nelle azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere attivi sul territorio che hanno come obiettivo la promozione del prodotto montagna invernale ed estiva, del turismo sportivo, del turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche e del turismo rivolto alle famiglie e ai ragazzi

E' prevista una stretta correlazione tra attività promozionale e commercializzazione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

L'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito:

- Comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del call center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;

- Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;
- Riconcontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.
- Risultati ottenuti dall'attività del Call Center emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 313.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

Soggetto proponente: Comune di Carpi

Descrizione del progetto:

Il progetto "Rilancio dell'immagine Città di Carpi" intende promuovere turismo e attività culturali nel territorio di Carpi, dopo gli eventi sismici del 20 e 29 maggio 2012, consapevoli dell'esigenza di rilanciare un territorio che è stato colpito sia dal punto di vista strutturale ma anche nel suo sistema di valori e di certezze.

Il tema conduttore del progetto riguarda il riposizionamento del sistema Carpi con le sue eccellenze in ambito artistico, culturale, ambientale, enogastronomico riconsiderando le stesse in un'accezione di turismo sostenibile, in rispetto dei valori della tradizione e della cultura storica del territorio attraverso proposte diversificate:

- Cultura, storia, musica ed eventi
- Tour enogastronomici
- Viaggio nella memoria
- Lo sport per crescere e conoscere se stessi e gli altri
- Conoscere l'ambiente e la natura per imparare a rispettarli.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente i seguenti argomenti:

- Circuiti Romanico - Transromanica
- Turismo culturale
- Turismo dei parchi e sportivo
- Turismo scolastico ed associativo
- Circuito dei Castelli Modenesi
- Terra di Motori
- Vie e Parchi storici e culturali
- Turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche
- Turismo per i diversamente abili;

integrando, in un'ottica di valorizzazione, eventi programmati nel territorio (Oh Che bel Castello, eventi legati a Festivalfilosofia, Circuito dei Castelli modenesi...); inoltre nell'ambito del progetto verrà data visibilità alle attività proposte dalle Fattorie didattiche della Provincia di Modena.

La tematica prioritaria del progetto si presta ad una forte integrazione con tutto il territorio provinciale e con le risorse ed eventi organizzati dalla Provincia di Modena e da altri comuni /privati.

Alcuni dei numerosi luoghi e delle tematiche in Provincia di Modena /Regione che possono essere collegati:

Galleria Ferrari a Maranello,
Parco e Museo all'aperto della Terramara di Montale,
Duomo di Modena –patrimonio Unesco
Nonantola – itinerari romanico
Sistema dei musei modenesi
Circuito dei castelli modenesi
Oh che bel Castello
Fiera Children's tour a Modena
Reggio children.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Comune di Carpi,
Fondazione Ex Campo Fossoli,
Strada dei Vini e dei Sapori della Pianura Modenese "Terre Piane",
Associazioni di volontariato, culturali e del tempo libero,
Associazioni di categoria del commercio, aziende e produttori,
ConCarpi,
Hotel, ristoranti, pubblici esercizi,
Modenatur.

Ambiti coinvolti

Turismo culturale
Turismo religioso
Turismo enogastronomico
Turismo della memoria
Turismo congressuale
Turismo legato a sport e ma
Turismo verde e naturalistic

Turismo individuale
Turismo organizzato
per i mercati italiano ed estero.

Segmenti di domanda:

In particolare i segmenti di domanda che si intendono raggiungere, di provenienza sia italiana che straniera, sono:

Turismo individuale,
Turismo organizzato,
Turismo congressuale.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Potenziare e rilanciare il livello di conoscenza e d'immagine del distretto di Carpi, definendo sinergie e opportunità comuni con le altre città dell'Emilia Romagna attraverso la sinergia con altri itinerari e circuiti turistici, nel campo dell'Arte, Cultura, Musica, Gastronomia e Motori dedicati in modo particolare al turismo sostenibile;
- favorire un aumento del tempo di permanenza sul territorio degli attuali visitatori dei musei integrando la visita con altre offerte;
- creare un'immagine turistica di Carpi come territorio adatto a brevi soggiorni per famiglie con bambini, gruppo scolastici, turismo organizzato e turismo congressuale;
- aumentare l'indice d'utenza delle strutture alberghiere e della ristorazione, in particolare nei periodi contraddistinti da una frequenza debole;
- promuovere/implementare la visibilità dei prodotti turistici e culturali presenti sul territorio al fine di rendere più organica l'offerta.

Mercati di intervento:

Le azioni previste sono rivolte sia al mercato italiano: aree limitrofe regionali, mercati di prossimità raggiungibili attraverso l'asse autostradale Brennero-Modena e le linee ferroviarie, compresi i mercati esteri in particolare di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) per ragioni di collocazione geografica.

Le azioni legate ai mercati esteri, in particolare l'organizzazione di educational tour per giornalisti stranieri, verranno realizzate con risorse interne.

Azioni e strumenti:

Verrà innanzitutto riproposta e ridefinita la promozione su edifici, chiese, musei agibili e messi già in sicurezza.

Si predisporranno messaggi promozionali che restituiscano un'emozione di solidità del patrimonio storico della città di Carpi, anche dopo l'evento sismico, e di percorsi culturali sostenibili, mediante:

- Materiale turistico informativo
- Sito internet del comune
- Inserzioni su riviste e siti specializzati
- Educational tour per operatori turistici e/o giornalisti italiani e stranieri
- Fiere turistiche in collaborazione con Modenatur
- Utilizzo social network.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Buona previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Il progetto ed il tema identificato e il tipo di attività proposte sono state individuate tenendo in considerazione le azioni di sostenibilità delle attività per la valorizzazione turistica del territorio individuate nel Programma Turistico di promozione locale :

- compatibilità con il contesto ambientale e culturale dei luoghi;
- compatibilità con il contesto socio-economico delle comunità locali coinvolte dall'attività;
- compatibilità con le caratteristiche dell'utenza, le regole e le garanzie di ospitalità e fruizione dei luoghi.

In particolare attraverso:

- Sostenibilità ed equità dei prezzi di strutture ricettive e ristoranti studiando eventuali offerte speciali per famiglie con bambini, ragazzi, scuole...
- Azioni di formazione volte allo sviluppo della capacità di illustrare il territorio e le peculiarità dando informazioni precise, complete e personalizzate in base alle esigenze del turista, modulate sul dopo evento sismico.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il Comune di Carpi ha avviato da diversi anni un rapporto di collaborazione continuativo con Modenatur tour operator incoming della Provincia di Modena per la promo-commercializzazione del territorio.

Nell'ambito della collaborazione avviata con il Comune di Carpi, Modenatur, pur non essendo coinvolta nel progetto tra i soggetti proponenti, ha contribuito alla fase di ideazione del progetto evidenziando alcune necessità soprattutto in materia di benefit, agevolazioni e servizi per i turisti che il Comune dovrebbe mettere in campo o stimolare presso gli operatori turistici. Condividendo l'interesse per il tema del turismo congressuale, Modenatur inserirà nelle proprie offerte tour e pacchetti che coinvolgono il territorio del distretto studiando e promuovendo offerte dedicate in particolare al tema.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Avendo a riferimento i risultati riferibili a ciascuna tipologia di utenza potenziale contattata (famiglie, turisti individuali, scuole, associazioni, aziende ecc.), si possono individuare i seguenti indicatori:

- monitoraggio richieste presso ufficio IAT
- grado di adesione – quantificabile dalla percentuale di persone/unità che accedono
- grado di efficacia della campagna di comunicazione rivolta ai media - prestazioni per persona/unità di affluenza ai servizi
- grado di utilizzo delle singole strutture/servizi
- rilevazione visitatori e utenti reti museali del distretto.

Importo del progetto: € 14.800,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Visit Nonantola - progetto per il rilancio turistico di Nonantola - anno I – prot. n. 90381

Soggetto proponente: Comune di Nonantola

Descrizione del progetto: Il progetto, che si sviluppa su base triennale e prevede la promozione del territorio di Nonantola attraverso i temi: cultura, enogastronomia, natura, memoria, vuole evidenziare la posizione strategica del luogo per quanto riguarda il tema dei motori e in generale rispetto al territorio modenese in un'ottica di valorizzazione e di rete turistica.

La proposta nasce dalla necessità di rilanciare un territorio che è stato colpito dal terremoto valorizzando, in attesa di un totale ripristino della fruibilità, i suoi luoghi più significativi: l'Abbazia di San Silvestro. La Torre dei Modenesi, il Museo di Nonantola, sito nella Torre dei Bolognesi.

In questo anno e nei prossimi si intende mantenere viva e vivace l'attenzione verso i beni attualmente fruibili. Si vogliono pertanto consolidare i flussi turistici già attivati e attrarne di nuovi, sfruttando il prodotto turistico articolato disponibile, cercando di sfruttare anche le opportunità che si potrebbero presentare come indotto dell'Expo 2015.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Nella definizione del progetto sono state tenute in considerazione le linee guida di programmazione regionale con particolare attenzione al potenziamento del canale internet con il rafforzamento della presenza web, social e mobile, l'attenzione alle opportunità potenzialmente offerte dall'Expo 2015.

Sono stati così identificati prodotti coerenti da promuovere maggiormente:

- le strade di interesse storico-culturale con le diverse emergenze architettoniche e culturali con particolare riferimento alla via Romea-Nonantolana;
- il Circuito Terra di Motori con particolare riguardo alla presenza sul nostro territorio di Musei e Case produttrici;
- la collaborazione con la rete dei Musei provinciali, i siti del Romanico, con particolare riferimento al SitoUnesco e il collegamento con Nonantola;
- i prodotti enogastronomici locali;
- lo sviluppo del turismo archeologico-ambientale con il potenziale collegamento alla rete delle PartecipanzeAgrarie;
- la rete unica degli Archivi Storici (Archivio Comunale, Archivio Abbaziale, Archivio della Partecipanza Agraria).

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di “rete”:

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Fondazione Ora et Labora,
Partecipanza Agraria,
Museo Benedettino e Diocesano d'Arte Sacra,
Fondazione Villa Emma,
Associazioni dei commercianti (Nonantolamo e Comitato per il Centro Storico),
Modenatur,
Associazioni culturali presenti sul territorio (Centro Studi Storici Nonantolani, Archeononantola, Arpadon, Aemilia)

Ambiti coinvolti

Cultura, Musica, enogastronomia, motori sport in particolare:

- Circuiti Romanico e Siti Unesco;
- Turismo di interesse storico-culturale e religioso collegato ai percorsi del pellegrinaggio storico di carattere devozionale;
- Turismo Enogastronomico e delle produzioni tipiche;
- Vie e Parchi storici e culturali;

Segmenti di domanda:

Turismo individuale,
Turismo familiare,
Turismo motoristico,
Turismo didattico

Turismo di gruppo: piccolo relativamente in particolare alle attività di cicloturismo e trekking e grande finalizzato a conoscenza culturale ed enogastronomica.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Aumentare i flussi turistici, in particolare quelli stranieri, l'indice d'utenza delle strutture alberghiere e della ristorazione in particolare nei periodi contraddistinti da una frequenza debole.
- Rassicurare e riguadagnare quote di mercato nel post-terremoto
- Elevare il livello di conoscenza e d'immagine di Nonantola, definendo sinergie con le altre destinazioni della provincia con la creazione e promozione di circuiti turistici, nel campo dell'arte, cultura, musica, gastronomia e motori.
- Coinvolgere sempre più intensamente gli operatori agricoli, commerciali e gli artigiani che rappresentano una risorsa trasversale del turismo.

Mercati di intervento:

il progetto, nel primo anno di attivazione, identifica come mercati principale di interesse il mercato italiano e quello di lingua tedesca che rappresenta storicamente uno dei principali zone di provenienza dei flussi turistici legati in particolare al circuito del romanico e al mercato europeo in generale. Nei due anni successivi valuteremo, in base ai risultati, anche l'estensione ad altri mercati esteri.

Azioni e strumenti:

Attraverso il coinvolgimento e la sensibilizzazione degli operatori economici del territorio, la ricerca di sinergie promozionali con soggetti pubblici e privati., la riqualificazione dell'immagine turistica di Nonantola e il potenziamento del canale promozionale internet, mediante

- Progettazione e attivazione di un nuovo sito internet, con caratteristiche "social" anche in versione inglese, dedicato alla promozione turistica.
 - Progettazione e stampa di nuovo materiale divulgativo turistico e attivazione di un progetto di immagine coordinata in italiano, inglese e tedesco.
 - Disponibilità ad organizzare educational tour per giornalisti/blogger e tour operator oppure a collaborare all'organizzazione di educational tour organizzati da Provincia di Modena, APT servizi o altri soggetti pubblici oppure in collaborazione con soggetti privati che operano nel turismo incoming (ad esempio modenatur) Il comune valuterà comunque volta per volta, in base alla richiesta e alle opportunità di promozione collegate per il territorio nonantolano, che tipo di supporto e che risorse impiegare. Il Comune non ha già calendarizzato educational e il budget indicato è l'impegno massimo di spesa dedicato a questa azione che potrebbe essere diminuito nel caso in cui non si presentassero opportunità ritenute valide e interessanti.
 - Operazioni di marketing diretto tramite mailing list e attività promozionali rivolte a target cral/associazioni italiane, agenzie di viaggio italiane, scuole, tour operator di area lingua tedesca.
 - Sensibilizzazione degli operatori locali che vengono a contatto con i turisti con una serie di incontri e visite propedeutiche in vista di realizzare un intervento vero di formazione.
- e la realizzazione di:
- nuovo sito internet www.visitnonantola.it
 - Facebook/turismo nonantola- mantenimento e gestione della pagina facebook dedicata a Nonantola e al territorio;
 - una nuova immagine per una grafica coordinata;
 - nuovo materiale turistico cartaceo da distribuire presso uffici informazione turistica, fiere di settore, strutture ricettive;
 - materiale multimediale (video, set fotografici..).

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Buona previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Il progetto coinvolge attivamente la comunità e gli operatori economici del territorio.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Collaborazione con i tour operator locali incoming e con le strutture del territorio per stimolare la creazione di offerte e pacchetti turistici di concezione attuale e in linea con le richieste del mercato. Il progetto si sviluppa con la collaborazione del tour operator incoming Modenatur per la parte di commercializzazione, integrando attivamente ogni attività promozionale prevista.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

- numero dei contatti presso l'Ufficio d'Informazione Turistica di Nonantola;

- numero dei contatti presso la pagina face book;
- verifica e analisi di arrivi e presenze nelle strutture ricettive del territorio;
- monitoraggio degli ingressi nei musei di Nonantola;
- monitoraggio dei turisti nei ristoranti e negli esercizi oommerciali nonantolani con la collaborazione delle associazioni locali di riferimento perle attività economiche;

Importo del progetto: € 24.900,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

Titolo: Promozione e valorizzazione di una città che rinasce – prot. n. 90267

Soggetto proponente: Comune di Finale Emilia

Descrizione del progetto: Il Progetto, che nasce dall'esigenza di esplicitare le potenzialità turistiche di una città fortemente colpita dal sisma del 2012, consiste nella realizzazione di diverse iniziative tese alla promozione del territorio nei suoi aspetti storici, artistici, architettonici e gastronomici e nasce dall'esigenza di esplicitare le potenzialità turistiche della città e di rendere maggiormente accessibili le informazioni relative al patrimonio in essa presente ma spesso poco visibile, una sorta di tesoro nascosto nella città da scoprire attraversando un percorso che lega passato e presente.

Il prodotto turistico che si intende proporre scaturisce da una serie di azioni finalizzate alla riscoperta dei tanti "tesori nascosti" della nostra città, un percorso che inizia dalla individuazione delle espressioni artistiche e architettoniche che nel tempo hanno caratterizzato la vita sociale e le produzioni gastronomiche di un territorio di confine da sempre connotato da un grande intreccio di storie e di culture diverse.

In particolare si provvederà alla realizzazione di:

- eventi e manifestazioni a carattere storico/ rievocativo strettamente legati alle tradizioni culturali locali, quale risposta al sentimento comune di conservazione della memoria (Finalestense);
- un evento a carattere storico, enogastronomico e storico rievocativo dedicato all'ultima battaglia della seconda guerra mondiale che si svolse il 22-23 aprile 1945;
- una mostra dedicata alle opere d'arte della città.
- incontri e dibattiti finalizzati alla ricerca delle origini storiche della gastronomia locale, con una particolare attenzione alla ricerca delle inevitabili contaminazioni culturali
- un programma di visite guidate (al patrimonio artistico, architettonico, storico e religioso) e di percorsi tematici organizzati in occasione delle principali manifestazioni cittadine,
- azioni promozionali e materiali informativi attraverso prodotti editoriali, social network, siti internet dedicati accessibili per la fruizione turistica del territorio.
- azioni di supporto alle attività di promozione svolte dagli operatori economici e dai produttori di prodotti tipici locali.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il progetto presenta contenuti che fanno riferimento alle attività di programmazione sia regionale che provinciale in quanto svilupperà trasversalmente i seguenti argomenti:

- Circuiti Romanico - Transromanica
- Turismo culturale
- Turismo dei parchi e sportivo
- Turismo scolastico ed associativo
- Circuito dei Castelli Modenesi
- Terra di Motori
- Vie e Parchi storici e culturali
- Turismo enogastronomico e delle produzioni tipiche

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Il progetto coinvolge il Comune di Finale Emilia e prevede la partecipazione di:

Ufficio Cultura del Comune di Finale Emilia:

Ufficio Stampa e Relazioni Esterne del Comune di Finale Emilia:

Biblioteca Comunale / Archivio Storico

Associazioni Culturali locali

Associazioni Culturali con sede in Emilia Romagna ed in altre regioni italiane

Direzione Regionale: del Ministero Beni Culturali

Musei Civici di Finale Emilia

Soprintendenze regionali

Istituti scolastici

Esperti esterni

Parrocchia di Finale Emilia

Ambiti coinvolti

- turismo culturale
- turismo storico
- turismo enogastronomico

Segmenti di domanda:

Il progetto è rivolto in generale al turismo familiare e di gruppo a prevalenza storico/culturale e gastronomico

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Favorire la promozione e la fruizione artistr del territorio
- Produrre situazioni in grado di attirare flussi turistici
- Creare occasioni in grado di esplicitare c di codificare le peculiarità del patrimonio artistico del nostro territorio, mantenendo un trend culturale elevato ma accessibile e fruibile
- Ringiovanire l'immagine del territorio mostrando l'ampia gamma delle opportunità offerte dalla città
- Divulgare la necessità di ricostruzione del grande patrimonio storico. artistico e culturale della città e del suo territorio.

Mercati di intervento:

Ambito regionale, nazionale e internazionale (legato agli scambi culturali e ai gemellaggi istituzionali)

Azioni e strumenti:

Strumenti:

Il progetto sarà realizzato mediante:

ricerche/indagini storiche a cura degli uffici comunali coinvolti

recupero materiale documentario

fotografie e/o riproduzioni del materiale documentario

redazione testi

realizzazione progetti espositivi per le singole iniziative

direzione artistica degli eventi

progettazione di allestimenti tecnici c scenografici

produzione cartellonistica dedicata

consulenze esterne

e grazie alla:

creazione di un ufficio stampa dedicato

redazione di un notiziario comunale

diffusione e distribuzione di brochure, pieghevoli, locandine e manifesti

creazione di pagine dedicate sui principali social network

creazione di siti internet dedicati

inserimento eventi sito internet comunale

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

La previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate appare non del tutto congrua in eccesso.

Sostenibilità:

Non viene fatto cenno a questo aspetto anche se si rileva che il progetto coinvolge attivamente la comunità locale in un'azione di valorizzazione e tutela del luogo e delle sue tradizioni.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto si pone in una fase che precede le azioni di promo-commercializzazione propriamente dette cercando di creare una situazione di conoscenza e fidelizzazione che permetta poi di attivare azioni più incisive in merito.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Gli indicatori sui quali si potrà stimare un eventuale riscontro sono:

numero visitatori a manifestazioni, eventi, sagre e: fiere paesane :

incremento di presenze nelle strutture alberghiere e nei ristoranti c del territorio comunale:

partecipanti alle visite guidate ai complessi monumentali:

incremento visitatori ai Musei Civici:

visitatori alle mostre temporanee: e agli allestimenti permanenti.

registri cartacei

accessi al sito internet

contatti ai Servizi di informazione comunale e agli Uffici/ Associazioni promotori del progetto

Importo del progetto: € 60.000,00

Attribuzione di merito: BUONO

Titolo: Informare attraverso il territorio - lat diffuso del territorio "benvenuto turista!" fase IV – prot. n. 90976

Soggetto proponente: Comune di Maranello

Descrizione del progetto: Il progetto si propone di proseguire, rafforzandole, nelle azioni promosse nel triennio 2011-2013 per la creazione di un sistema di "Testimoni del Territorio" nell'area dei Comuni di Formigine, Fiorano Modenese e Maranello, che godono di un Sistema Unico di Promozione Territoriale, e nel Comune di Modena, che ha svolto analoga attività nel proprio territorio.

L'attività di promozione turistica nei confronti del mercato nazionale ed internazionale, l'attività vede come polo attrattivo principale il sistema "Terra di motori" e la Rete del Romanico: quel vasto patrimonio di monumenti dell'arte romanica, pievi e cattedrali, inseriti nel Grande Itinerario Culturale del Consiglio d'Europa Transromanica, si svolge non solo attraverso materiali informativi, collaborazione col sistema di promozione provinciale e regionale, newsletter, rapporti con testate giornalistiche specializzate e non, ma anche attraverso il radicamento nel territorio della cultura dell'accoglienza, coinvolgendo in un percorso formativo soggetti che sono quotidianamente in contatto con i turisti nel loro percorso di visita del territorio e che possono essere i migliori testimoni delle bellezze e delle ricchezze della nostra Provincia e della Regione Emilia-Romagna in generale.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

I contenuti del progetto sono coerenti con le indicazioni per la programmazione 2014 contenute nelle Linee guida per la programmazione delle attività di promozione e commercializzazione turistica della Regione Emilia-Romagna. Si tratta infatti di un progetto che vuole costruire una rete di operatori e che ricadente su un territorio che, grazie alla grande attrazione esercitata dal Museo Ferrari di Maranello, può favorire l'aumento delle presenze anche in periodi ritenuti di bassa stagione. Si propone infine di dare continuità e di potenziare le azioni di sistema già adottate in relazione con altri enti territoriali che intendono sviluppare attività di sostegno alla presentazione dei territori sui mercati. Il progetto si pone infatti in connessione con l'offerta complessiva delle Città d'arte e del territorio provinciale nel suo complesso, con particolare attenzione alle reti dei Castelli e dei Musei. Il territorio incrocia inoltre strade di interesse storicoculturale, come la via Vandelli.

I contenuti del progetto sono inoltre coerenti con il PTPL 2014 della Provincia di Modena in quanto ci si propone di continuare ad operare in un'ottica di integrazione delle offerte, in una logica di rete, sia per caratteristiche che per territorio trattandosi appunto di un progetto promosso da un'Amministrazione pubblica e da una pluralità di soggetti privati.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Comune di Fiorano
Comune di Formigine;
Comune di Maranello;
Comune di Modena.

Ambiti coinvolti

Turismo motoristico - circuito Terra di Motori
Turismo d'arte e storia locale - Città d'arte
Turismo di interesse storico-culturale e religioso
Turismo ambientale - sistema di aree protette (Riserva regionale delle Salse di Nirano e Oasi del Colombarone)

Segmenti di domanda:

Ci si rivolge in generale al turismo familiare e di gruppo e in particolare a quello motoristico, culturale, ambientale, escursionistico.

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Accrescere l'attrattività territoriale e valorizzare le risorse migliorando i servizi. Ovvero rafforzare, qualificare, estendere e integrare l'accoglienza turistica con l'offerta ai visitatori di servizi di prima informazione turistica attraverso la formazione e il sostegno dell'attività di esercizi turistici e commerciali di interesse turistico, che diventano così testimoni e promotori del territorio.
- Accrescere e migliorare il sistema di relazioni e collaborazione tra enti pubblici e tra i singoli privati, nonché tra pubblico e privato, incrementando così la relazione tra territorio, eventi ed offerta turistico-ricettiva.

- Migliorare e incoraggiare l'innovazione e l'aggiornamento professionale nonché il senso di identità territoriale, per rendere il territorio maggiormente accogliente e competitivo sui mercati italiani e stranieri.
- Rafforzare l'appartenenza alla rete degli infopoint "Benvenuto Turista!" da parte degli operatori che hanno fruito e fruiranno delle attività di formazione.
- Sviluppare in termini di notorietà, efficienza ed efficacia la rete di punti d'informazione turistica di base creata negli scorsi anni e diffusa capillantemente sui territori di Maranello, Fiorano, Formigine e Modena, che disporrà di mezzi informativi e di promozione innovativi e integrati utili alla promozione della rete stessa e del territorio.

Mercati di intervento:

Turisti italiani e stranieri non solo per i tradizionali mercati cui si rivolge la Regione Emilia Romagna sui mercati storicizzati (paesi di lingua tedesca, vale a dire la Germania, la Svizzera e l'Austria, unitamente alla Francia e Benelux, cui si affianca sempre di più la Russia), ma anche sui mercati nuovi (polonia ed Ucraina) e sui mercati di prospettiva (Repubblica Ceca, l'Ungheria, la Slovacchia). Un discorso particolare va rivolto alla Spagna, in quanto la presenza di Fernando Alonso alla guida di una Ferrari ha aumentato la presenza di turisti spagnoli sul territorio. Si segnala inoltre la volontà di dare seguito agli sforzi di promozione all'estero e in particolare verso la Francia: nel 2012 i 4 Comuni, in collaborazione con l'agenzia di incoming Modenatur, hanno partecipato al Salone turistico di Cholet, nella Loira, regione francese gemellata con l'Emilia-Romagna. Formigine ha inoltre recentemente attivato un gemellaggio con Saumur, città attraversata dal fiume Loira il cui castello è fra le mete più attrattive dell'intera regione francese.

Azioni e strumenti:

strumenti di promozione per il raggiungimento degli obiettivi indicati, tutti i materiali prodotti sono previsti in italiano e in inglese, mentre anche la rete di info point privati è stata formata relativamente all'uso della lingua inglese ad uso turistico. Inoltre è prevista la:

- mappatura attività potenzialmente interessate
- realizzazione di una pagina web dedicata al progetto Benvenuto Turista
- implementazione dell'App "Maranello e dintorni" con le risorse turistiche del comune di Modena in italiano e traduzione dei contenuti in seconda lingua straniera (francese) anche dei contenuti relativi ai POI di Modena;
- realizzazione di un'App, simile all'App "Maranello e dintorni", per il territorio di Modena con l'integrazione delle risorse dei territori di Maranello, Fiorano Modenese e Formigine;
- realizzazione e distribuzione alla rete di materiale turistico contenente la stampa di codice QR, è prevista anche la realizzazione di una vetrofania e di locandine da distribuire, con codice QR con link alle pagine dedicate al progetto sui siti o link allo store per il download dell'App;
- elaborazione ed invio a cadenza periodica alla rete di info point "Benvenuto Turista!" di una newsletter informativa integrata relativa agli eventi in programma;
- organizzazione visite guidate per gli operatori aderenti alle emergenze turistiche del territorio modenese
- campagna social di promozione della rete di informazione e accoglienza turistica di base
- predisposizione e somministrazione on line di questionari destinati agli operatori aderenti alla rete degli Infopoint "Benvenuto Turista!" e ai turisti per avere un feedback sull'accoglienza ricevuta sul territorio con elaborazione dei risultati e predisposizione report finali
- organizzazione di un evento conclusivo per la presentazione del report finale, la consegna degli attestati di partecipazione e la presentazione e consegna del materiale in dotazione ai soggetti in rete.

Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

Sostenibilità:

Per quanto riguarda la sostenibilità delle attività per la valorizzazione turistica del territorio previste dal progetto, esse sono compatibili con il contesto ambientale e culturale dei luoghi, con il contesto socio-economico delle comunità locali coinvolte dall'attività e le caratteristiche dell'utenza, le regole e le garanzie di ospitalità e fruizione dei luoghi, in quanto viene strutturata ed ampliata una rete di soggetti che operano attivamente sul territorio e che possono svolgere una importante funzione di fidelizzazione del turista promuovendo un'immagine di accoglienza cordiale, informata, diffusa e organizzata.

Sono pertanto coerenti con:

Comunicazione della Commissione Europea "Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo" del 17.3.2006;

Risoluzione del Parlamento Europeo "Una nuova politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo" di Ottobre 2007";
Obiettivi specifici e le priorità tematiche dei nuovi programmi comunitari con particolare riferimento al P.V.P.T.
Relazione, Norme di attuazione e le altre componenti del P.T.C.P. della Provincia di Modena;
Carta di Rimini per il turismo sostenibile e competitivo assunta a novembre 2008, a seguito della seconda conferenza internazionale sul turismo sostenibile.

4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto prevede la dotazione di strumenti di informazione turistica, tradizionali e innovativi attraverso i quali si intende consolidare una rete coesa e sinergica fra la promozione turistica e commercializzazione del prodotto territorio. Le attività economiche che partecipano al progetto svolgono ciascuna un ruolo attivo nel costruire una proposta attrattiva da commercializzare pur restando nel proprio ambito di attività. Si propongono al turista come parte di un insieme qualitativamente importante e in questo modo promuovono la città nel suo insieme. Il turista percepisce e vive in modo pieno e genuino l'accoglienza del territorio, viene agevolato da una rete di servizi e da operatori fortemente coinvolti in una politica di accoglienza.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Il sistema di riscontro dei risultati è articolato su indicatori di performance:

- numero partecipanti,
- quantità materiale stampato e distribuito,
- numero newsletter e informazioni pubblicate e condivise,
- numero download app,
- esiti questionari online,
- arrivi e presenze alberghiere ed extra-alberghiere,
- visitatori principali attrazioni turistiche.

Importo del progetto: € 30.450,00

Attribuzione di merito: BUONO

Soggetto proponente: Comune di Montese

Descrizione del progetto: Il progetto pone al centro le Risorse del Territorio nel tentativo di realizzare un coordinamento e collegamento delle stesse: il territorio comunale di Montese presenta infatti un enorme patrimonio di risorse che si presentano sotto differenti caratteristiche e peculiarità tali da rispondere agli interessi di vari target di turisti.

Nello specifico si sono individuati 4 fili conduttori:

TERRA: indiscusso il valore rappresentato dalla risorsa Terra per il territorio comunale. Sotto questo filone possono essere compresi gli elementi ambientali, naturalistici tipici del nostro appennino ma anche luoghi e strutture di grande valore storico e architettonico.

Terra rappresenta inoltre l'elemento dal quale, in maniera tradizionale e con risultati di eccellenza, l'economia territoriale trae vigore: dalla coltivazione e dall'allevamento infatti derivano prodotti tipici d'eccellenza quali la Patata di Contese e il Parmigiano Reggiano di Montagna, Miele e Castagne.

FUOCO: il territorio di Montese è quello maggiormente colpito dal 2° conflitto Mondiale come riconosciuto anche nel Progetto Regionale "Linea Gotica" del quale il Comune di Montese risulta essere ente capofila. Di grande valore storico e culturale il materiale risalente all'epoca oggi esposto presso i Musei di Montese (Museo Storico) e Iola (Raccolta di Cose Montesine) entrambi facenti parte del Sistema Museale Provinciale Risultano di grande impatto emotivo anche "Le Postazioni", recuperate ed in gran parte visitabili, che rientrano in un itinerario specifico afferente al progetto Regionale della Linea Gotica.

ACQUA: Importante la presenza di questo elemento che concorre a rendere affascinante agli occhi del visitatore, il territorio sia sotto il profilo ambientale- naturalistico (sorgenti, rivali, piccole cascate) sia sotto il profilo storico e architettonico (antichi lavatoi, Mulini.....) .

ARIA: Elemento che tradizionalmente viene riconosciuto come caratteristico del territorio e che spesso rappresenta la prima motivazione di visita al paese.

Il progetto intende quindi, attraverso queste quattro direttive, enfatizzare l'esistente, favorendo la conoscenza, la scoperta e la promozione del territorio.

1 - Integrazione del progetto con gli strumenti di programmazione

Il Comune di Montese vede il Progetto PTPTL 2014 presentato come fortemente integrato con il Programma Regionale di valorizzazione storico- culturale e turistico-ambientale dei luoghi della Linea Gotica.

Il Programma regionale "Creazione di un sistema territoriale a rete della Linea Gotica" prevede la realizzazione di un quadro di azioni integrate con l'obiettivo di caratterizzare il territorio attraversato dal fronte di guerra della Linea Gotica come un importante "luogo della memoria" nazionale ed europea.

2 - Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di "rete":

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Territorio comunale e limitrofo relativamente al progetto Linea Gotica.

Ambiti coinvolti

- Turismo culturale
- Turismo storico-artistico
- Turismo ambientale e naturalistico
- Turismo enogastronomico

Segmenti di domanda:

In particolare i segmenti di domanda che si intendono raggiungere, di provenienza sia italiana che straniera, sono:

- Turismo individuale,
- Turismo organizzato,
- Turismo di cultori storia locale

3 - Qualità progetto:

Obiettivi:

- Incrementare la presenza di una nuova tipologia di visitatori(giovani e famiglie) anche in momenti di "bassa stagione" (primavera e autunno)
- Connettere le opportunità offerte sul piano ambientale- naturalistico ; storico, architettonico con la promozione e La commercializzazione di prodotti tipici;
- Sostenere il settore Turistico cercando di valorizzare l'esistente e creare un contesto ricco di opportunità e attraente.

Mercati di intervento:

Il progetto si pone l'obiettivo di incrementare la presenza sul territorio di turisti stranieri oltre che di rivolgersi al mercato italiano mantenendo e implementando anche le presenze nazionali

A tal riguardo sono già in essere azioni di promozione del turismo internazionale (è da sottolineare lo stretto rapporto creatosi con l'Ambasciata del Brasile) con l'attivazione di Tour Operator stranieri (al momento in particolare Brasiliani) che stanno visitando il territorio per ricordare e riscoprire i luoghi oggetto del 2° conflitto mondiale.

Il Programma regionale "Creazione di un sistema territoriale a rete della Linea Gotica" ha infatti come principale obiettivo quello di aumentare il movimento delle presenze turistiche e degli scambi nazionali ed internazionali integrandosi con i progetti di promozione turistica locale già descritti nella precedente documentazione.

Per quanto alle azioni sui mercati esteri quindi si considera quanto già previsto dal su citato Programma Regionale "Creazione di un sistema territoriale a rete della Linea Gotica" che risulta in forte sinergia con il programma di promozione turistico locale presentato.

 Azioni e strumenti:

Il progetto sarà realizzato grazie a:

Formazione e aggiornamento del Personale addetto al Servizio Turistico con individuazione di personale specificatamente addetto alle visite guidate sul territorio che, collaborazione con l'Ufficio Informazioni Turistiche possa offrire un servizio di vicinanza e di accompagnamento del turista alla scoperta del territorio;

Individuazione di alcuni itinerari tematici con:

- individuazione di percorsi tematici anche tra quelli già esistenti (Linea Gotica, Via della Fede, Via dei Montecuccoli, Percorso Belvedere...) che consentano al visitatore di scoprire il territorio sotto diversi aspetti

- valorizzazione delle Produzioni Tipiche con realizzazione di Eventi che veicolino la conoscenza e la commercializzazione dei prodotti e coinvolgano soggetti diversi (Produttori Agricoli, Camera di Commercio, GAL Antico Frignano, Ente locale, Associazioni Locali di Promozione Territoriale...) nella realizzazione.

Per quanto riguarda gli strumenti di promozione verranno realizzati:

- Brochure descrittive del territorio e delle principali emergenze storico-naturalistiche;

- Aggiornamento cartine degli Itinerari tematici;

- Aggiornamento della cartellonistica, del sito dedicato;

- Creazione di Mailing-list con attivazione di sistemi di promozione tramite nuovi sistemi di comunicazione multimediale (Twitter, Facebook...)

- Servizi dedicati mezzo stampa, televisione e strumento radiofonico.

 Coerenza tra obiettivi e strumenti:

Buona rispondenza delle attività proposte rispetto agli obiettivi previsti.

 Economicità in relazione agli obiettivi:

Congrua previsione finanziaria in relazione al complesso delle attività programmate.

 Sostenibilità:

Non viene fatto cenno a questo aspetto anche se si rileva che il progetto coinvolge attivamente la comunità locale in un'azione di valorizzazione e tutela del luogo e delle sue tradizioni.

 4 - Correlazione promozione commercializzazione:

Il progetto si pone in una fase che precede le azioni di promo-commercializzazione propriamente dette cercando di creare una situazione di conoscenza e fidelizzazione che permetta poi di attivare azioni più incisive in merito.

 Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Individuazione e utilizzo di strumenti di registrazione delle presenze e dei contatti presso le strutture ricettive del territorio e presso l'Ufficio Informazione Turistica del Comune.

Importo del progetto: € 31.500,00

Attribuzione di merito: SUFFICIENTE