



Allegato 1)

**TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA**

P.T.P.L. 2023

AMBITO 1

**SERVIZI TURISTICI DI
BASE**

INDICE PROGETTI AMBITO 1

Bologna

1) Comune di Dozza	3
2) Comune di Zola Predosa	6
3) Comune di Alto Reno Terme.....	9
4) Comune di Monghidoro	12
5) Comune di Marzabotto.....	15
6) Comune di Castel San Pietro Terme	18
7) Comune di Lizzano in Belvedere	20
8) Comune di Sasso Marconi.....	23
9) Comune di Imola	27
10) Comune di San Benedetto Val di Sambro.....	30
11) Comune di San Giovanni in Persiceto.....	33
12) Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica	36
Tabella di sintesi.....	37

Modena

1) Comune di Modena	40
2) Unione Terre di Castelli	44
3) Comune di Carpi.....	46
4) Comune di Maranello	48
Tabella di sintesi.....	51

BOLOGNA

1) Comune di Dozza – UIT

P.G. n. 67743/2022
Integrazione P.G. n. 71442/2022

SEDE

Rocca Sforzesca di Dozza, Piazza Della Rocca 6/A, 40060 Dozza.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: Fondazione Dozza Città D'arte.

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 trentamila 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 dello UIT di Dozza, proprio all'interno della Rocca, ha costituito un passo in avanti molto importante nell'economia turistica locale, garantendo agli addetti 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, il punto UIT di Dozza si occupa ormai da due 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 il punto UIT 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. Il 2022 ha registrato un vertiginoso incremento degli utenti che si sono affidati allo UIT di Dozza per soddisfare le loro curiosità: infatti, da gennaio a ottobre 2022 si sono rivolti all'Ufficio (in presenza e/o telematicamente) oltre 40 mila turisti. L'apertura dell'Ufficio Informazione Turistica di Dozza proseguirà anche nel 2023, mantenendo le stesse 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 verificato anche nel 2022 in occasione di "Notte Romantica 2022", "Fantastika 2022", "Festival Internazionale della Storia" e altri. Si intendono mantenere 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 e aggiornati per organizzare la propria visita. A tal fine, viene periodicamente effettuato un censimento delle strutture per individuare le informazioni utili ai fini turistici: orari di apertura, giorno 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", da tenere sempre aggiornate con le nuove aperture e/o chiusure. Di fondamentale importanza per lo UIT di Dozza è continuare a garantire un servizio accessibile a tutti, anche alle persone con disabilità: a tal fine l'ufficio è stato collocato al piano terra della Rocca di Dozza, luogo privo di barriere architettoniche. Inoltre, presso l'ufficio, oltre al materiale comunicativo tradizionale, è disponibile un'App pensata per le persone con disabilità uditiva. A queste ultime, 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...). Inoltre, l'utilizzo dei canali Social precedentemente descritti 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 e Instagram, anche nel segno della strada ecologica che il Comune di Dozza si impegna quotidianamente a sostenere. Infatti lo UIT di Dozza si impegna a 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 turismoimolese.cittametropolitana.bo.it. Si intende continuare a collaborare con le DMO locali effettuando la spedizione presso gli IAT/UIT del Circondario e della Regione di materiale cartaceo e newsletter periodiche relativi agli eventi organizzati nel Comune, così da promuovere efficacemente le attività messe in atto nel territorio. Per l'anno 2023 i comuni del Circondario Imolese hanno condiviso la volontà di implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese composta da IAT di Imola, UIT di Castel San Pietro Terme, UIT di Dozza e UIT di Borgo Tossignano, al fine di attivare collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni dell'imolese. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche in modalità digitale, per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale, compresa la possibilità di prenotazione a eventi. Saranno inoltre attivati momenti finalizzati allo scambio di esperienze e conoscenze tra tutti gli operatori IAT e UIT, 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 2023

Oltre agli uffici IAT di Imola e UIT di Castel San Pietro Terme e Borgo Tossignano, per l'anno 2023 si mira ad implementare e concretizzare la collaborazione anche con gli altri Uffici turistici locali, nonché a 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 e il Touring Club Italiano, e a livello regionale, con IF-Imola Faenza Tourism Company, Bologna Welcome, nonché con associazioni, ristoratori e albergatori del territorio. Un'altra azione che si intende svolgere nel corso del 2023 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 della lingua inglese, perché un numero sempre più elevato di turisti di provenienza estera si stanno recando nel Borgo.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Il personale addetto al punto UIT di Dozza è preparato e idoneo ad accogliere turisti di varie nazionalità tuttavia, ai sensi della DGR E-R n. 956/2005, 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 specifici per il personale addetto. In particolare, la formazione terrà conto non soltanto delle peculiarità del territorio comunale ma anche di quelle delle 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:

- attrazioni turistiche ed enogastronomiche;
- tecniche di accoglienza e approccio al turista;
- composizione di itinerari, escursioni, visite guidate e servizi in generale in base agli eventi programmati sul territorio e alla tipologia di turista;
- informazioni sull'offerta turistica del territorio: alberghi, attività, ristorazione, eventi, mostre, attrattive locali, etc.;
- conoscenza dei mezzi di trasporto e loro tragitti;
- informazioni sulle misure sanitarie per fronteggiare l'emergenza coronavirus;
- interpretazione delle richieste e gestione delle relazioni con i turisti.

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

- capacità di soddisfare tutte le esigenze e richieste del turista/visitatore;
- capacità di guidare i turisti verso la scoperta delle principali attrazioni turistiche;
- capacità di organizzazione;
- capacità di riconoscere i bisogni del turista;

- capacità di applicare le tecniche di accoglienza e informazione.

L'attività di formazione sopra descritta sarà rafforzata dalla collaborazione con i punti UIT di Castel San Pietro Terme e Borgo Tossignano e l'Ufficio IAT di Imola. Già negli anni passati con gli uffici di Imola e Castel San Pietro Terme, si sono instaurate relazioni proficue che, attraverso un confronto costante e lo scambio di informazioni ed esperienze hanno determinato un miglioramento delle conoscenze possedute, con proficue ricadute sui servizi offerti ai visitatori, in un'ottica di autoapprendimento tesa al miglioramento della rete territoriale degli uffici di informazione. Pertanto, si intende continuare a sviluppare questo percorso di "condivisione di informazioni" attraverso incontri a cadenza periodica.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

SEDE

Villa Edvige Garagnani, Via Masini 11, Zola Predosa.

MODALITÀ DI GESTIONE

Forma aggregata con altri Comuni, in concessione a Casalecchio Insieme Proloco APS.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO PROGETTO “INFO POINT DIFFUSO”. POTENZIAMENTO E SVILUPPO DELLA RETE COLLABORATIVA LOCALE:

Nel corso dell'anno 2022 l'Ufficio di Informazione Turistica “Colli Bolognesi”, in stretta sinergia con le amministrazioni comunali e in raccordo con la Città Metropolitana, ha continuato il percorso formativo e partecipativo che ha dato origine alla nascita di una rete sovracomunale di 24 Info Point diffusi sul territorio a cui se ne sono aggiunti altri 6 collocati presso strutture ricettive, ristoranti, agriturismi, attività commerciali, realtà museali e culturali. Il progetto continuerà anche nel 2023 con l'organizzazione di ulteriori appuntamenti formativi e informativi rivolti alle realtà turistiche locali, con l'obiettivo di potenziare il networking tra i diversi soggetti ed alzare ulteriormente il livello di accoglienza del territorio.

DESTAGIONALIZZAZIONE, SOSTEGNO E QUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE:

Parallelo allo sviluppo della rete collaborativa locale si intende intensificare l'opera di valorizzazione dell'offerta turistica privata attraverso la promozione di eventi, campagne promozionali stagionali, mappature e iniziative finalizzate alla conoscenza del territorio e delle strutture ricettive.

MIGLIORAMENTI SU ASPETTI GESTIONALI E RAFFORZAMENTO RETE TERRITORIALE CON ALTRI UFFICI TURISTICI:

- Nel corso del 2022 con la ripresa post Covid sono aumentate le presenze dell'ufficio UIT agli eventi di maggior rilevanza turistico-culturale del territorio. Per il 2023 la presenza sarà rafforzata e sarà garantita la presenza itinerante dell'Ufficio presso gli eventi pubblici di rilevanza turistica, culturale e sportivo secondo un calendario condiviso con le amministrazioni comunali.
- Rafforzamento delle modalità operative con InfoSASSO di Sasso Marconi, eXtraBO, Bologna Welcome e le redazioni locali metropolitane Appennino Bolognese e Turismo in Pianura. Nel caso del Cluster del Gusto, si è dato pieno supporto territoriale ad eXtraBO per facilitare l'arrivo del City Red bus a Zola Predosa per 2 eventi vedi Mortadella Please e evento di aprile a Vallania e Alcisa. Per il 2023 si continuerà con questo supporto strategico a chiunque decidesse di creare opportunità per i territori di competenza dell'ufficio.
- Informazione diffusa e interscambio con il territorio modenese: nell'ottica dello sviluppo del Territorio Turistico Bologna-Modena, verrà rilanciata la collaborazione con gli uffici turistici della confinante area dell'Unione Terre dei Castelli, in provincia di Modena.
- Si effettueranno incontri non solo con il Tavolo del Turismo di Unione, ma anche Tavoli della Cultura e dello Sport al fine di conoscere meglio gli eventi turisticamente rilevanti
- Si effettueranno incontri tra gli operatori per far conoscere e approfondire i prodotti e servizi turistici del territorio di riferimento;
- Maggior sinergia tra l'ufficio turistico, l'Unipol Arena e il Gran Reno catalizzatori di presenze, dove ogni fine settimana arrivano 40/50 mila persone

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023:

Per il progetto Info Point diffuso:

Si continuerà con il costante supporto reciproco tra operatori turistici, culturali e commerciali locali, e verranno sviluppate le seguenti azioni:

- Costante supporto, consulenza ai 30 Info Point attualmente presenti con particolare attenzione al monitoraggio delle attività e al numero e alla tipologia di richieste ricevute. Da tali tendenze potranno emergere i punti di forza e le aree di sviluppo, del progetto nonché segnalazioni ricevute dai turisti e utili per migliorare l'offerta locale.
- Implementazione e costante aggiornamento dell'area riservata per gli operatori aderenti al progetto.

- Produzione di infografiche, materiale promozionale e illustrativo da fornire agli Info Point sia per conoscenza dell'operatore turistico, sia da distribuire al visitatore/cliente.
- Si potenzierà l'approvvigionamento del materiale promozionale grazie all'accordo con il corriere GLS Forti del rapporto con la rete delle Pro Loco si cercherà di aumentare e potenziare la presenza agli eventi e anche all'interazione con le varie attività operanti nel settore turistico.

DESTAGIONALIZZAZIONE, SOSTEGNO E QUALIFICAZIONE DELLE STRUTTURE RICETTIVE

Creazione di campagne con l'obiettivo di far emergere e promuovere l'offerta turistica privata e mettere in luce i servizi offerti dagli operatori. Lo scopo è anche quello di favorire la destagionalizzazione creando campagne ad hoc sui social, sostenute economicamente, nei periodi meno frequentati. Le campagne saranno così suddivise:

- primavera sui Colli Bolognesi
- estate sui Colli Bolognesi
- autunno sui Colli Bolognesi
- inverno sui Colli Bolognesi

Si continuerà all'aggiornamento, in contatto con gli operatori, delle schede di presentazione delle strutture presenti sul portale turistico www.visitcollibolognesi.it e al controllo delle schede presenti su www.bolognawelcome.com al fine di omogeneizzare le informazioni ed evitare eventuali errori o informazioni obsolete.

COMUNICAZIONE:

- Aggiornamento e uniformazione dei contenuti turistici presenti sul web nei portali istituzionali e metropolitani, e sul portale www.visitcollibolognesi.it. Attività analoga verrà svolta anche verso le APP del territorio.
- Potenziamento della newsletter e attivazione di un servizio di messaggistica broadcast tramite Whatsapp/Telegram.
- Aggiornamento e predisposizione di materiale cartaceo in grado di offrire una visione sovracomunale e di area vasta.
- Costante controllo, aggiornamento e potenziamento del sito in termini di informazioni e grafica
- Costante controllo, aggiornamento e potenziamento dei profili social

MIGLIORAMENTI SU ASPETTI GESTIONALI E RAFFORZAMENTO RETE TERRITORIALE CON ALTRI UFFICI TURISTICI:

- Incremento della presenza agli eventi pubblici di rilevanza turistica, culturale e sportivo secondo un calendario condiviso con le amministrazioni comunali. Tale presenza verrà pubblicizzata attraverso i canali dell'ufficio turistico e in accordo con gli organizzatori. Oltre al tradizionale stand informativo, l'Ufficio turistico effettuerà servizi aggiuntivi in loco (raccolta prenotazioni, indicazioni su opportunità turistiche fruibili nelle vicinanze). Durante la presenza negli eventi l'ufficio sarà sempre reperibile telefonicamente.
- Rafforzamento delle modalità operative con InfoSASSO di Sasso Marconi, tese ad offrire un'informazione/visione uniforme e completa al visitatore sul territorio della medesima Unione dei Comuni "Reno Lavino Samoggia".
- Mantenimento e rafforzamento della collaborazione con eXtraBO, Bologna Welcome e le redazioni locali metropolitane Appennino Bolognese e Turismo in Pianura. Nel caso del Cluster del Gusto, si è dato pieno supporto territoriale ad eXtraBO per facilitare l'arrivo del City Red bus a Zola Predosa per 2 eventi vedi Mortadella Please. Per il 2023 si continuerà con questo supporto strategico a chiunque decidesse di creare opportunità per i territori di competenza dell'ufficio.
- Interscambio con il territorio modenese del Territorio Turistico Bologna-Modena di materiale cartaceo promozionale e a tal fine prevediamo un incontro per capire eventuali punti comuni di promozione.
- Utilizzo di un vettore per la spedizione rapida e puntuale di tutto il materiale cartaceo di promozione. Possibilità di ritirare sempre con vettore materiale di interscambio tra gli uffici turistici
- Sostegno alla creazione e promozione dei pacchetti turistici che verranno creati per il territorio. Riportiamo l'esempio di quelli nati da poco a Zola Predosa con un tavolo condiviso e partecipato tra i vari attori del territorio che ha visto la nascita dei primi pacchetti turistici di Zola Predosa grazie all'azienda viaggi Last Minute.
- Richiesta alle amministrazioni almeno 2 volte l'anno di un incontro tra tavoli del Turismo, Sport e Cultura per promuovere in maniera condivisa eventi turisticamente rilevanti.

- Si effettueranno incontri tra gli operatori per far conoscere e approfondire i prodotti e servizi turistici del territorio di riferimento;
- Dalla ricerca su Google dell'Unipol Arena e Gran Reno comparirà anche il sito www.visitcollibolognesi.it portando l'utente a scoprire il territorio limitrofo e mettendolo in contatto con strutture ricettive e di ristorazione

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

- A livello formativo si terrà un corso di inglese (C1 minimo) per operatori turistici a sostegno degli info point diffusi. A tal fine tutti i corsi formativi turistici saranno allargati a chi ne fosse interessato. L'operatrice dello UIT Colli Bolognese possiede già un livello B1 di conoscenza della lingua inglese.
- Corso di aggiornamento con il Cast di Rimini degli info point diffusi al fine di potenziarne la struttura e la consapevolezza territoriale a cui parteciperà anche il personale dello UIT.

TOTALE SPESE PREVISTE: 32.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 32.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) Comune di Alto Reno Terme - UIT e IAT

P.G. n. 68072/2022
Integrazione P.G. n. 70685/2022

SEDE

1. UIT – Via Roma 56/1, Molino del Pallone.
2. IAT – Piazza della Libertà 11, Porretta Terme.

MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta (servizio in appalto ad Appennino Slow scarl).

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

Gli uffici IAT e UIT del Comune di Alto Reno Terme, dal maggio 2019, sono gestiti da Appennino Slow, una realtà consolidata presente da oltre vent'anni sul mercato turistico e che ha come obiettivo la valorizzazione, promozione e commercializzazione di tutto l'Appennino Bolognese. Al momento Appennino Slow coordina gli uffici di informazione 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 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, all'enogastronomia e wellness. Sono state portate avanti alcune progettualità nate durante il periodo della pandemia quali la sezione "Visit Appennino" con catalogo di esperienze locali a 360 gradi con guide esperte e referenti d'area; "In Appennino si può" policy legata al rispetto ambientale, alla sostenibilità turistica e alla promozione dell'Appennino come posto nel quale è possibile svolgere in sicurezza molte attività, oltre alla gestione dei numerosi eventi estivi. Infatti nel 2022 Appennino Slow per conto del Comune di Alto Reno Terme ha coordinato 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 "La Sfilata di Moda". Si è occupato 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, oltre alla 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 sono stati periodicamente aggiornati e sempre connessi alle altre realtà territoriali, siano esse associazioni od uffici di informazione turistica. 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. Per quanto riguarda gli obiettivi di miglioramento del servizio, abbiamo in programma: 1) rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze; 2) rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione 3) 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 4) 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.) 2023.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Con l'arrivo della riforma di settore e della nuova regolamentazione a livello regionale, il 2023 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, l'anno scorso è stata presentata una progettualità condivisa con il comune di Lizzano in Belvedere nell'ambito del PTPL filone 2 che ha riscosso molto successo. In questa ottica per l'anno 2023 intendiamo rinnovare la collaborazione con i Comuni sopraindicati anche nella gestione dell'informazione turistica che deve essere globale e ampia, non fermandosi ai limiti geografici e politici, inesistenti per un turista che soggiorna nelle nostre zone. La collaborazione con gli uffici di informazione di Lizzano in Belvedere è già posta in essere da tempo, mentre vorremmo essere un centro anche per quelle realtà comunali che non hanno tali uffici, instaurando una collaborazione reale fatta di informazioni su territorio (già in larga scala presenti all'interno del nostro portale discoveraltorenoterme.it) e per quanto riguarda la disponibilità ricettiva e gli eventi. Ampliare l'offerta non potrà che rendere l'Alto Reno un'area ancora più appetibile e ricca di esperienze uniche e locali. Più in concreto le azioni che intendiamo svolgere nel 2023 sono:

1. Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico: il personale degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro e San Benedetto Val di Sambro è già formato su un territorio più ampio, ma porteremo avanti questo processo intensificando azioni di incontro con gli altri Comuni aderenti al progetto. Desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico ed allargato, drive di informazioni condivisi, scambio costante di materiale informativo sovracomunale saranno la base su cui costruire una rete tra: uffici IAT e UIT, Comuni sprovvisti di tali uffici, eXtraBO e Bologna Welcome.

2. Organizzazione di riunioni tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori una volta al mese (anche online) 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. Verranno inviati report mensili alla DMO per condividere le informazioni;

3. Condivisione di un unico drive di informazioni turistiche 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) e con Bologna Welcome per un progetto condiviso per attivare la funzione di reservation attraverso la creazione di profili "merchant" di trekksoft per la vendita online sui portali di riferimento di eventi e pacchetti; 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 inerente ai territori comunali parte del progetto sul sito discoveraltorenoterme.it;

7. Cambiamenti grafici e collegamenti funzionali all'interno del portale discoveraltorenoterme.it per renderlo graficamente in linea con gli standard delle DMO;

8. Collaborazione maggiore con le redazioni che fanno parte del circuito ERT/SITUR implementando e aggiornando le informazioni contenute all'interno del portale appenninobolognese.net quale redazione locale dell'Appennino;

9. Creazione della brochure eventi estivi non limitandosi al solo Comune di Alto Reno Terme, ma aggiungendo anche le maggiori manifestazioni dell'area territoriale facente parte del progetto;

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 LGBQ+ 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.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Per l'anno 2023 il personale degli uffici gestiti da Appennino Slow seguirà una programmazione intensa e scandita di formazione in quanto riteniamo che sia il modo principale per qualificare i servizi di informazione e accoglienza al turista. La partecipazione ad alcuni corsi sarà aperta gratuitamente anche agli altri Comuni in modo da offrire un servizio di formazione condiviso ed un momento di conoscenza che possa essere un confronto e una crescita per tutti. Formazione aperta a tutti gli operatori di IAT/UIT del territorio:

- Lezioni di territorio (4 uscite)
- L'Appennino visto da una GAE (3 incontri di cui 1 in aula e 2 in ambiente)
- Il turismo gastronomico
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione

Formazione per i dipendenti di Appennino Slow degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro, eXtraBO:

- Rotazione del personale all'interno dei 4 uffici un giorno a settimana
- Inglese (più corsi a seconda del livello di partenza)
- Seconda lingua
- Marketing territoriale
- Facebook per la comunicazione turistica
- Instagram per la comunicazione turistica
- Tik Tok, la nuova frontiera della comunicazione turistica

Formazione accademica (con verifica finale), in particolare abbiamo individuato i corsi tematici 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. Con la sua multiplatforma federica.eu è leader in Europa per la didattica multimediale open access, e nella top ten mondiale per produzione di MOOCs, i Massive Open Online Courses che stanno rivoluzionando la didattica universitaria. I suoi corsi in materia di turismo permetteranno al personale di apprendere competenze utili per un mercato in continua evoluzione acquisendo nuove competenze e professionali dove e quando vorranno in un percorso anche di crescita personale.

- Turismo Lento: Borghi, Parchi, Cammini d'Italia (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>)
- Turismo Sostenibile: Comunità, Alleanze, Finanziatori (<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 UIT + IAT: € 100.900,00 di cui

- € 5.500,00 per UIT Molino Del Pallone
- € 95.400,00 per IAT Porretta Terme

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 95.400,00

TOTALE SPESE NON AMMISSIBILI: € 5.550,00 Spese per UIT sotto il minimo previsto pari a € 30.000,00 ai sensi dell'articolo 5.1 dell'Avviso pubblico.

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

4) Comune di Monghidoro – IAT

P.G. n. 68086/2022
Integrazione P.G. n. 71257/2022
Integrazione P.G. n. 71898/2022
Integrazione P.G. n. 72301/2022

SEDE

Via Matteotti 1, 40063 Monghidoro.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione ad Appennino Slow, Via del Poggio 30, Loiano. C.F. 01935621209.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Premessa

La stagione 2022 è stata quella della ripresa, è vero che il Covid purtroppo ci perseguita ancora, ma le condizioni sono cambiate ed abbiamo assistito ad una vera esplosione sia sull'Appennino che sui cammini. Il desiderio di fare esperienze o vacanza outdoor è stato predominante da parte di tutti. Abbiamo lavorato bene con il progetto BOM che vede la volontà di organizzare la promozione di questo territorio in maniera condivisa. Sono entrati anche i Comuni di Monterezeno e Castiglione dei Pepoli. Nel 2023 si incrementerà ancora questa attività con BOM che va incontro alla nuova normativa che la regione Emilia Romagna è in procinto di emanare del 2023. Il 2023 sarà proprio l'anno di transazione verso questa nuova riorganizzazione che ci vede coinvolti e ovviamente disponibili.

Obiettivi generali

Coerenti con le linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale e come richiesto dal bando PTPL 2023 ci attiveremo per il conseguimento di questi obiettivi:

- Destagionalizzazione dei flussi turistici al fine di aumentare le presenze offrendo maggiori opportunità per aumentare anche la permanenza media
- Elevare gli standard di accoglienza dell'ufficio IAT con corsi di formazione dedicati agli operatori; qualificazione dell'offerta attraverso incontri con gli operatori locali per illustrare le esigenze dei "nuovi turisti" e coordinando le varie iniziative
- Lavorare sul rafforzamento dell'identità territoriale del Territorio Turistico Bologna-Modena seguendo le linee guida e in particolare nel territorio di BOM dove operiamo.

Obiettivi condivisi con gli altri uffici

1) Rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze; 2) Rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione;

3) 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;

4) Collaborare e creare sinergie 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.) 2023.

Attività specifiche dello IAT Monghidoro

Oltre alla normale attività di informazione ed accoglienza al turista nel 2023 ci occuperemo:

- coordinamento con le varie associazioni locali e aree limitrofe per la definizione di un programma di eventi al fine di evitare sovrapposizione e aumentare l'efficacia della comunicazione.
- Supporto al Comune per le manifestazioni organizzate dallo stesso
- Realizzazione di un opuscolo contenente informazioni del territorio e l'elenco delle manifestazioni - Prenotazioni di escursioni e visite guidate
- Implementazione della newsletter (obiettivo 4.000 iscritti)
- Aggiornamento, redazione contenuti e ricerca foto per la pagina Facebook e per il profilo Instagram.

- Realizzazione delle locandine per gli eventi con grafica condivisa
 - Redazione di articoli per comunicati stampa e rapporto con i media
 - Organizzazione di incontri formativi con gli operatori
 - Collaborazione con la rivista “nelle Valli Bolognesi” per la realizzazione di articoli sul territorio
 - In accordo con alcuni produttori locali vorremmo predisporre un angolo per la vendita di prodotti tipici non deperibili...o in ogni caso un punto informativo dei prodotti e produttori “cosa gustare”
 - Collaborazione con la Redazione Locale nell’ ERT/SITUR per la fornitura testi ed aggiornamento dati.
- Documentazione a disposizione dei visitatori Oltre alla postazione internet, l’ufficio avrà a disposizione:
- tutti i materiali promozionali del territorio e aree limitrofe - l’elenco delle manifestazioni del comune e dei comuni limitrofi
 - 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.)

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023 IN FORMA CONDIVISA

Per rispondere in modo proattivo al processo di rinnovamento e ristrutturazione della rete di informazione e accoglienza turistica su cui sta lavorando la Regione Emilia-Romagna con le Destinazioni turistiche (compresa la nostra di riferimento, Territorio Turistico Bologna-Modena), riteniamo che i passaggi fondamentali da parte degli Uffici Turistici siano quelli di presentare progetti sovracomunali. Di seguito le nostre idee delle attività che vorremmo mettere in campo per la creazione e il funzionamento di reti territoriali di informazione e accoglienza turistica che vadano oltre i confini amministrativi.

1) Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico

Il personale degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro è già formato su un territorio più ampio ma porteremo avanti questo processo intensificando azioni di incontro con gli altri Comuni aderenti al progetto. Desk e bacheche riservate ai territori circostanti negli uffici, un piano editoriale di comunicazione specifico e 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 i Comuni che non abbiano un infopoint sul territorio: Pianoro, Loiano, Monterenzio, Ozzano dell’Emilia, Monzuno, Castiglione dei Pepoli
- b) tra uffici UIT e IAT con personale di Appennino Slow (unico gestore) quali UIT Sasso Marconi, IAT Alto Reno Terme, UIT Molino del Pallone e IAT Monghidoro e anche con il punto informativo di Castiglione dei Pepoli; inoltre anche se non gestito da Appennino Slow sarà fattiva la collaborazione con lo IAT di San Benedetto val di Sambro sito a Madonna dei Fornelli in quanto ufficio all’interno del progetto BOM Bologna Montana
- c) con eXtraBO e Bologna Welcome quali infopoint sulla città di Bologna;

2) Organizzazione di riunioni tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori una volta al mese (anche online). Fondamentale la presenza anche dello staff della cordata Appennino di eXtraBO per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise anche per aumentare le presenze turistiche sul territorio metropolitano, la permanenza media e la destagionalizzazione dei flussi. Gli incontri saranno unicamente operativi e verranno inviati report mensili alla DMO per condividere le informazioni;

3) Condivisione (anche con la DMO) di un unico drive di informazioni turistiche 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 (comprensiva dei territori extraregionali qualora coinvolti in cammini di particolare rilievo);

4) Collaborazione con l’attuale gestore (Appennino Slow) e con Bologna Welcome per un progetto condiviso per attivare la funzione di reservation attraverso la creazione di profili “merchant” di treksoft per la vendita online sui portali di riferimento di eventi e pacchetti;

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) Piano di formazione condiviso

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Per l'anno 2023 il personale degli uffici gestiti da Appennino Slow seguirà una programmazione intensa e scandita di formazione in quanto riteniamo che sia il modo principale per qualificare i servizi di informazione e accoglienza al turista. La partecipazione ad alcuni corsi sarà aperta gratuitamente anche agli altri Comuni in modo da offrire un servizio di formazione condiviso ed un momento di conoscenza che possa essere un confronto e una crescita per tutti.

Formazione aperta a tutti gli operatori di IAT/UIT del territorio:

- Lezioni di territorio (4 uscite)
- L'Appennino visto da una GAE (3 incontri di cui 1 in aula e 2 in ambiente)
- Il turismo gastronomico - L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione

Formazione per i dipendenti di Appennino Slow degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro, eXtraBO:

- Rotazione del personale all'interno dei 4 uffici un giorno a settimana - Inglese (più corsi a seconda del livello di partenza)
- Seconda lingua
- Marketing territoriale - Facebook per la comunicazione turistica
- Instagram per la comunicazione turistica
- Tik Tok, la nuova frontiera della comunicazione turistica

Formazione accademica (con verifica finale), in particolare abbiamo individuato i corsi tematici 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. Con la sua multiplatforma federica.eu è leader in Europa per la didattica multimediale open access, e nella top ten mondiale per produzione di MOOCs, i Massive Open Online Courses che stanno rivoluzionando la didattica universitaria. I suoi corsi in materia di turismo permetteranno al personale di apprendere competenze utili per un mercato in continua evoluzione acquisendo nuove competenze e professionali dove e quando vorranno in un percorso anche di crescita personale.

- Turismo Lento: Borghi, Parchi, Cammini d'Italia (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>)
- Turismo Sostenibile: Comunità, Alleanze, Finanziatori (<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: € 63.200,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 63.200,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

5) Comune di Marzabotto – IAT

P.G. n. 68108/2022
Integrazione P.G. n. 71499/2022

SEDE

Casa della Cultura e della Memoria, Via Porrettana Sud 1, 40043 Marzabotto.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: Associazione Appennino Geopark APS (c.f. 91387430373, P.IVA 03526411206), con sede in Via Vigne 43, 40030 Castel di Casio (Bo).

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'Ufficio IAT è stato aperto nel mese di Ottobre 2021 e nel corso del 2022 ha svolto le seguenti attività:

- Attività di front office, back office e call center.

L'Ufficio fornisce informazioni dettagliate e precise in merito sia all'offerta turistica del Comune di Marzabotto, sia, in generale, all'offerta turistica regionale utilizzando il Sistema di Informazione Regionale per il Turista;

- Le informazioni fornite dall'Ufficio riguardano, in particolar modo, le seguenti tematiche:

- ricettività alberghiera ed extralberghiera;
- ristorazione, gastronomia e prodotti tipici;
- mobilità e trasporti;
- percorsi e itinerari di visita;
- calendari eventi;
- arte e cultura;
- sport, divertimento e shopping;
- informazioni utili, numeri di emergenza, servizi sanitari, orari dei mezzi di trasporto pubblico;
- Distribuzione gratuita delle informazioni e dei materiali all'utente in loco o con risposta via mail, telefonica, web, sulle risorse locali e/o provinciali nonché regionali d'interesse per il turista;
- Raccolta delle schede reclami per disservizi, relativamente ai servizi turistici e agli altri servizi pubblici fruiti dal turista e invio all'ente competente, utilizzando l'apposito modello approvato con deliberazione della Giunta Regionale n. 956/2005;
- Consulenza gratuita al turista per la ricerca di disponibilità ricettiva alberghiera ed extralberghiera e servizio di prenotazione ricettiva last minute;
- L'ufficio IAT è a disposizione per iscrizioni, prenotazioni, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli o altri eventi organizzati sul territorio con particolare riferimento al territorio comunale di Marzabotto. A questo proposito, l'ufficio è a disposizione delle associazioni del territorio comunale per la raccolta di prenotazioni e supporto professionale alle associazioni di volontariato che non hanno la possibilità di disporre di un servizio di reception/informazione attivo con un orario prolungato.
- Vendita pubblicazioni, materiali e gadget turistici. In particolar modo vendita delle mappe escursionistiche "Parco Storico di Monte Sole" e dei Parchi dell'Emilia Orientale, nonché la guida "Parco Storico Regionale Monte Sole". Vendita di pubblicazioni per conto del Comitato Regionale per le Onoranze ai Caduti di Marzabotto, tra cui "1944, Dal buio la luce" "Marzabotto Parla" e molte altre.
- Gestione e apertura del Centro di Interpretazione di Monte Sole; viene fornita accoglienza e vengono date informazioni utili per chi desidera visitare il Centro di Interpretazione, promuovendo la memoria e la conoscenza dell'eccidio di Monte Sole. Gli obiettivi di miglioramento possono essere così riassunti:
- 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 del territorio attraverso la creazione di pacchetti turistici per la valorizzazione dei servizi offerti;
- Rafforzare il rapporto tra territorio e visitatori e fidelizzare il turista in visita in modo che si generi un passaparola efficace.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

CREAZIONE DI UNA RETE PER OFFRIRE INFORMAZIONI SU TUTTO IL TERRITORIO APPENNINICO

Il personale dello IAT di Marzabotto è già formato su un territorio più ampio ma porteremo avanti questo processo intensificando azioni di incontro con gli altri Comuni aderenti al progetto e collaborazione con altri UIT/IAT. 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 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
- b) tra uffici UIT del Comune di Sasso Marconi
- c) con eXtraBO e Bologna Welcome quali infopoint sulla città di Bologna

Si segnala inoltre che nell'ambito delle convenzioni in essere lo IAT 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).

PACCHETTI TURISTICI

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 nel corso del 2022 una progettazione specifica che permetta di sviluppare offerte turistiche indirizzate a singoli, famiglie, gruppi organizzati, enti e aziende con la creazione di pacchetti turistici.

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, su tutta l'area della Valle del Reno, in connessione con le città di Bologna, Modena e Firenze.

È stata realizzata una prima proposta dedicata alla tematica della Linea Gotica e alla memoria storica legata in particolar modo ai luoghi del Parco Storico di Monte Sole. Questo primo pacchetto turistico è stato creato in collaborazione con il tour operator Appennino Slow- consorzio misto pubblico e privato, senza fini di lucro, che opera da più di vent'anni nella promozione del turismo lento e sostenibile, in particolare nell'Appennino Tosco Emiliano.

<https://www.appenninoslow.it/lg-monte-sole>

In seguito agli incontri di coordinazione con i responsabili del progetto eXtraBO e dell'area commerciale di Bologna Welcome, si stanno iniziando a definire alcuni prodotti specifici, sia per pacchetti di più giorni che prevedono il pernottamento sul territorio, sia tour giornalieri, che permettano una promozione e valorizzazione specifica delle eccellenze del territorio. Tra le proposte già realizzate, si inserisce un prodotto inserito nella rassegna "Zaino in spalla: trekking e natura" – "Il bramito del cervo: Monte Sole".

Si sta inoltre lavorando per inserire una proposta nella rassegna "Alla scoperta di ville e castelli". Nell'ambito del turismo accessibile, si stanno elaborando e realizzando proposte turistiche ed escursionistiche inclusive, specificamente dedicate a persone non vedenti e ipovedenti, in collaborazione con associazioni tra cui La Girobussola APS (l'associazione nata a Bologna nel 2013, promuove l'accessibilità culturale e turistica di ipo e non vedenti con progetti ad hoc, quali itinerari di viaggio, corsi di formazione e percorsi audio-tattili).

TURISMO SCOLASTICO

Una particolare attenzione va data alla creazione di proposte e prodotti legati al turismo scolastico. Le peculiarità e l'importanza storica, del territorio di Marzabotto e del Parco Storico di Monte Sole ne fanno un unicum turistico: da una parte la storia antica con il Museo Nazionale Etrusco, dall'altra un luogo simbolo legato alla memoria storica d'Italia contro il nazifascismo. Questi elementi si prestano sicuramente per viaggi di istruzione, visite guidate, vacanze-studio, campi estivi, settimane verdi che riguardano iniziative scolastiche o extrascolastiche orientate a forme di "turismo educativo".

La collaborazione diretta con l'Ente Parchi Emilia Orientale ha permesso la prima realizzazione di proposte integrate, dove la visita al nuovo Centro di Interpretazione di Monte Sole si integra ai percorsi storici dedicati a gruppi scolastici e gruppi organizzati già collaudati. Il coinvolgimento di tour operator specializzati in turismo scolastico si reputa fondamentale e si sta procedendo con una mappatura e censimento degli stessi, per creare una rete di collaborazioni da attivare già dal prossimo anno e con cui realizzare prodotti di valorizzazione delle principali emergenze territoriali del Comune di Marzabotto e integrazione con le specificità dei territori limitrofi dal punto di vista storico, culturale, naturalistico, turistico ed enogastronomico.

CICLOTURISMO

Il percorso cicloturistico del fiume Reno, è parte della Ciclovía del Sole (tratto Verona Firenze) e rientra del più ampio percorso cicloturistico di rilevanza europea Eurovelo 7. Attraversa il territorio dei Comuni di Marzabotto, Grizzana Morandi e Vergato sviluppandosi dal Ponte di Sperticano a Riola e costituisce la prosecuzione del tratto già realizzato negli anni scorsi da Lama di Reno a Ponte di Sperticano nel Comune di Marzabotto.

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 IAT di Marzabotto, si è reso disponibile per la creazione di un servizio di "bike sharing", che preveda la realizzazione di un punto noleggio biciclette ed interscambio delle stesse, da rendere 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. Si prevede inoltre la possibilità di creare un "prototipo di ciclofficina": luogo di accoglienza del cicloturista, spazio officina per piccole riparazioni e attività didattiche.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

La formazione per il 2023 comprenderà tutta l'offerta periodica proposta dalla Città Metropolitana in collaborazione con GAL Appennino Bolognese ed enti formativi riconosciuti dalla Regione e un'attenzione specifica sarà rivolta nell'individuare attività formative che prevedano un approfondimento delle tematiche del marketing turistico e degli strumenti per una comunicazione turistica efficace in modo da rendere il territorio competitivo sul mercato turistico per accrescerne la visibilità e risonanza.

Un altro filone di formazione sarà legato alle tematiche di approfondimento, divulgazione e informazione legate alla Memoria storica, all'eccidio di Monte Sole e al cammino della Linea Gotica, tematiche importanti per il territorio di Marzabotto e per l'intero territorio Appenninico. La formazione relativa verrà realizzata in collaborazione con il Comitato Regionale per le Onoranze ai Caduti di Marzabotto, l'Ente per i Parchi e la Biodiversità – Emilia Orientale, la Scuola di Pace di Monte Sole, l'Associazione Vittime Eccidi Nazifascisti nei Comuni di Grizzana, Marzabotto, Monzuno 1944.

Verrà inoltre portata avanti la formazione specifica legata alla progettazione per la realizzazione di proposte turistiche ed escursionistiche inclusive, specificamente dedicate a persone non vedenti e ipovedenti; è quindi prevista la prosecuzione del percorso formativo relativo, già iniziato lo scorso anno, rivolto ad operatori turistici, culturali e guide per acquisire conoscenze pratiche e teoriche per progettare e creare esperienze multisensoriali accessibili anche a persone con disabilità visiva.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.350,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.350,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

SEDE

Piazza XX Settembre 4, Castel San Pietro Terme.

MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'ufficio U.I.T. di Castel San Pietro Terme, direttamente gestito dal Comune, si trova in Piazza XX Settembre, all'interno del Municipio, con accessibilità a tutte le categorie di utenti, anche diversamente abili.

L'Ufficio costituisce un importante punto di riferimento immediato, dedicato a tutte le tipologie di turisti e viaggiatori che si trovano nella città di Castel San Pietro Terme ed è anche un ufficio di riferimento per fornitori, partner privati, associazioni e altri attori istituzionali.

L'U.I.T. realizza un sistema diffuso e integrato di accoglienza ed informazione turistica.

L'Ufficio realizza eventi, attività, manifestazioni, ed esperienze in grado di promuovere il territorio e le sue eccellenze, tenendo conto delle peculiarità e dei prodotti di riferimento, nonché fornisce assistenza per un soggiorno gradevole e accessibile a tutti i turisti e visitatori. I servizi realizzati dall'ufficio U.I.T. di Castel San Pietro Terme rispettano gli standard regionali previsti dalla delibera di Giunta Regionale n. 956 del 20/06/2005.

L'Ufficio U.I.T. progetta attività dedicate anche a un turismo di vicinato, di prossimità ed esperienziale, con particolare riferimento ai soggiorni brevi, iniziative per piccoli gruppi, eventi, camminate, escursioni, bike tour e visite guidate previa prenotazione.

L'Ufficio intende organizzare le attività di informazione e promozione turistico - territoriale sia all'interno dei locali dell'ufficio che all'esterno attraverso stand, info - point informativi e di accoglienza dedicati in occasione di manifestazioni ed eventi che si svolgeranno sul territorio, per raggiungere turisti e visitatori nel luogo in cui si trova, rispettando i criteri di accessibilità e sicurezza.

Per l'anno 2023 i comuni del Circondario Imolese hanno condiviso la volontà di implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese composta da IAT di Imola, UIT di Castel San Pietro Terme, UIT di Dozza e UIT di Borgo Tossignano, al fine di attivare collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni dell'imolese. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche in modalità digitale, per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale, compresa la possibilità di prenotazione a eventi. Saranno inoltre attivati momenti finalizzati allo scambio di esperienze e conoscenze tra tutti gli operatori IAT e UIT, 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.

La rete creata dall'Ufficio Turismo di Castel San Pietro Terme coinvolge diversi partner, attori e stackholder sia locali che nazionali: Bologna Welcome, eXtraBO, IF- Imola Faenza Tourism Company, Associazione Cittàslow, Associazione Città dell'Olio, le Terme di Castel San Pietro, il Golf Club Le Fonti, Osservatorio Nazionale Miele, associazioni culturali e sportive del territorio, cooperative, professionisti, artisti, guide ambientali ed escursionistiche, guide per bike tour, guide turistiche e le numerose strutture ricettive presenti sul territorio. Si evidenzia che l'attività dello U.I.T. in occasione di manifestazioni ed eventi è supportata anche dall'Associazione Turistica Pro Loco di Castel San Pietro Terme, in base ad apposita convenzione in essere.

La progettazione e la realizzazione delle attività dell'Ufficio, in linea con il quadro di intervento programmatico, rispettano le Linee di indirizzo pluriennali 2021 - 2023 della Destinazione Turistica Bologna - Modena e le Linee guida per la promo - commercializzazione turistica regionale - triennio 2022 - 2024. Avranno come focus principale la realizzazione di strategie per migliorare la qualità del servizio di informazione e accoglienza turistica in coordinamento con la Destinazione Turistica Bologna - Modena, Bologna Welcome, Imola Faenza Tourism Company (IF), eXtraBO e degli UIT e IAT del territorio metropolitano; potenziamento del servizio di assistenza a visitatori e turisti nella ricerca di disponibilità ricettiva e servizio di prenotazione per la partecipazione a esperienze, eventi e manifestazioni; miglioramento degli strumenti di promozione del territorio sia offline che

online, con particolare riferimento a prodotti audiovisivi; ideazione, organizzazione e realizzazione di eventi, manifestazioni, programmi di visite, mostre, itinerari a tema e bike tour.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Per raggiungere gli obiettivi elencati si intendono utilizzare tutti gli strumenti a disposizione: personale, addetti al front -office e al back office, formazione per il personale, strumenti audiovisivi, materiale di promozione digitale anche con l'utilizzo di qr code, dépliant e materiale promozionale cartaceo.

Si intendono quindi realizzare, in particolare, le azioni di:

- Realizzazione di materiale promozionale e informativo di accoglienza per il front office e da distribuire gratuitamente a tutte le strutture ricettive del Comune e alle attività di attrazione e di servizio al turista;
- Realizzazione di prodotti audiovisivi e materiale fotografico per la promozione del territorio da pubblicare sui canali istituzionali e da utilizzare in occasione di manifestazioni o fiere anche al di fuori del territorio comunale;
- Potenziamento dei servizi di informazione e accoglienza con azioni e progetti per promuovere un turismo accessibile, inclusivo e sostenibile;
- Realizzazione di servizi innovativi con il potenziamento di strumenti digitali;
- Organizzazione di stand promozionali e info-point in occasione di eventi e manifestazioni del territorio.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

La formazione professionale degli addetti agli uffici di informazione turistica è un elemento fondamentale per rispondere alle reali esigenze del turista e delle imprese del settore coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con gli obiettivi di un turismo inclusivo e sostenibile.

In particolare, per il 2023, in una visione di rete e di collaborazione sovracomunale, come sopra illustrato, si intendono realizzare corsi di formazione su prodotti e servizi turistici del territorio, coinvolgendo tutti gli IAT e UIT dell'area imolese per favorire la partecipazione congiunta dei propri operatori.

Il compito principale dell'informatore turistico consiste principalmente nel fornire alle persone tutte le informazioni e gli strumenti disponibili per visitare il territorio e partecipare a eventi culturali e sportive, esperienze. È inoltre necessario che l'informatore turistico dia informazioni su sistemazioni per il soggiorno, ristoranti, trasporti e altri servizi del territorio imolese e dell'area metropolitana in generale, nonché soluzioni per eventuali difficoltà legate al viaggio e al soggiorno.

I corsi da realizzare nel 2023 al fine della formazione del personale U.I.T., in coordinamento con lo IAT e gli altri UIT dell'area imolese, toccheranno in particolar modo l'approfondimento di conoscenze dei prodotti e servizi turistici del territorio di riferimento e materie turistiche necessarie per ottenere l'abilitazione a guida ambientale ed escursionistica e guida turistica: tecniche escursionistiche e servizi di accompagnamento, relazione con il turista e marketing turistico, tecniche di comunicazione, ruolo e quadro normativo, assicurazione e sicurezza in ambito escursionistico. Alcuni focus riguarderanno in particolare approfondimenti sulla cartografia (anche GPS, Digitale e con interfacce GPS) e sulla sentieristica del territorio di riferimento (Nuovo Circondario Imolese e Area Metropolitana).

TOTALE SPESE PREVISTE: € 40.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

7) Comune di Lizzano in Belvedere – IAT (2)

P.G. n. 68135/2022
Integrazione P.G. n. 68680/2022
Integrazione P.G. n. 70770/2022
Integrazione P.G. n. 70963/2022

SEDE

1. Piazza Marconi 6, 40042 Lizzano in Belvedere.
2. Piazza XXVII Settembre 6, 40042 Frazione di Vidiciatico, Lizzano in Belvedere.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: Consorzio Corno Alle Scale 1945 - Via Marconi n. 4, Vidiciatico, Lizzano in Belvedere (BO).
Il contratto decorre dall'1.03.2018 soggetto a rinnovo il 31.12.2022 per altri due anni.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ, OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO E AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

In vista del rinnovo tramite procedura pubblica della concessione al Consorzio Corno Alle Scale 1945 - Via Marconi n. 4, Vidiciatico - Lizzano in Belvedere (BO), relativa alla gestione degli Uffici IAT di Lizzano capoluogo e Vidiciatico, sono state previste a bilancio comunale le risorse per il corretto funzionamento e il mantenimento del servizio di cui trattasi fino al 31/12/2023.

In considerazione dell'aumento della domanda turistica e al fine di integrare la destagionalizzazione delle presenze, si è pensato di attuare per il 2023 alcune strategie in grado di rispondere al cambiamento, ripensando non solo ai servizi offerti, ma anche al modo di erogarli al fine di migliorare l'offerta e l'accoglienza. Nello specifico già a partire dal 2022 sono state avviate azioni che saranno operative dal 2023, per offrire nuove modalità di accoglienza e di risposta al turista e che favoriranno ricadute positive sul territorio per la prossima stagione, in coerenza con gli obiettivi del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T) 2023.

- ❖ **IDENTITÀ TERRITORIALE:** Abbiamo avviato azioni di riqualificazione dell'identità territoriale attraverso il rafforzamento del marchio "Corno Alle scale" che identifica la nostra località turistica, con posizionamento in corso di nuova cartellonistica e segnaletica dei luoghi di interesse culturale, turistico e sportivo. Verranno posizionati nel 2023 inoltre 13 bacheche di 125x125 in ogni borgo con un disegno artistico del territorio e delle sue eccellenze realizzato dall'Artista Abraxa Patrizia Ferrari, nonché nuova segnaletica verso i punti di maggior interesse. Si prevedono azioni di valorizzazione del Food&Wine, in particolare del Distretto Biologico della Montagna di Rocca Corneta e Querciola, 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.
- ❖ **ERT/SITUR:** Per il 2023 si intende potenziare il coordinamento nella pubblicazione con SITUR "Appennino Bolognese" e stiamo collaborando con ERT anche per rilanciare l'immagine promozionale del campione Alberto Tomba con la sostituzione nel 2023 dei cartelloni promozionali al Corno Alle Scale;
- ❖ **SICUREZZA:** Stiamo ultimando un sistema di video-sorveglianza per garantire maggiore tranquillità e sicurezza urbana, ma che consentirà alla Polizia Locale una gestione più efficace del traffico. Con questo intervento riteniamo di migliorare il servizio di accoglienza nella nostra località turistica compresa in un territorio di 85 km², che non poteva essere accuratamente controllata con l'esiguo personale a disposizione;
- ❖ **ASSISTENZA:** A tale proposito per il 2023 sarà completamente operativo un nuovo canale di comunicazione innovativo, composto da due grandi Bacheche Informative Smart della dimensione di 100x125, posizionate all'entrata degli uffici IAT di Lizzano e Vidiciatico, funzionanti 24h e aggiornate 365 giorni all'anno circa eventi, promozioni, escursioni, manifestazioni e altro ancora. Tra gli interventi annoveriamo anche il servizio

informativo di Whatsapp, in grado di informare in tempo reale turisti e visitatori, che ha registrato un largo consenso tra gli operatori locali. Uno strumento di informazione gratuito a servizio della comunità.

- ❖ **DISPONIBILITA'**: in linea con la riforma regionale e con il processo di rinnovamento e ristrutturazione della rete di informazione e accoglienza turistica, gli operatori degli IAT hanno incrementato la disponibilità verso il turista aiutandoli quando necessario a prenotare attività e soggiorni senza necessariamente utilizzare la “modalità in presenza” presso i punti informativi. Il servizio Whatsapp e le bacheche Smart attive 24h garantiscono giornalmente informazione tempestiva e aggiornata degli eventi e dei luoghi di interesse, strumenti in grado di fornire in tempo reale informazioni al turista. Con l'introduzione di nuove forme organizzative e di funzioni previste per il 2024, di cui ogni tipologia di struttura dovrà gradualmente dotarsi, intendiamo avviare azioni verso la maggiore propensione alla digitalizzazione che dovrà caratterizzare l'intera rete dell'informazione e accoglienza attraverso un nuovo sistema di Self Reservation: Piattaforma di Booking inserita all'interno delle schede Hotel sul sito cornoallescalle.net a servizio degli operatori economici, con servizio delle prenotazioni e pagamenti direttamente gestite delle strutture aderenti.
- ❖ **PROSSIMITA'**: 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. È per questo che anche per il 2023 prevediamo di confermare la convenzione per il 2023 con l'associazione di promozione sociale SALUTE, BENESSERE, TURISMO E ALIMENTAZIONE dell'Outdoor Green Point Km 0, 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 e Vidiciatico.
- ❖ **COORDINAMENTO**: oltre al coordinamento tra gli IAT comunali, l'ufficio accoglienza della Stazione Sciistica e l'Info Point Green Point Km 0, in località Laghetto del Cavone, abbiamo avviato progetti di informazione e accoglienza turistica sovra comunali, attraverso un servizio navetta “Corno Shuttle” per visite, accompagnati da guida esperta, nei luoghi turistici di maggior interesse del territorio di Lizzano in Belvedere e Alto Reno Terme e il Lago di Suviana, con la disponibilità ad estendere la collaborazione con il Comune di Gaggio Montano e Castel D'Aiano. Servizi che verranno organizzati e coordinati in rete dagli uffici IAT di Lizzano, Vidiciatico, Alto Reno terme ed Extra-Bo, attraverso un sistema di prenotazione online già sperimentato, attraverso l'e-commerce adottato da Bologna Welcome per la promo-commercializzazione dei servizi; per la valorizzazione e la promozione a livello turistico e culturale dell'area dell'Alto Reno nel rispetto delle caratteristiche locali, si intendono avviare nuovi progetti sovracomunali presentati con il PTPL Filone 2 – 2023. Per il 2023 si incrementerà la collaborazione con i Comuni di Alto Reno Terme, Gaggio Montano, Grizzana Morandi estendendo la collaborazione a Castel D'Aiano e Montese (provincia di Modena); oltre alla presenza nel nostro materiale cartaceo “Promenade”, già presente da due anni presso eXtraBO, dei luoghi di interesse turistico come la Rocchetta Mattei e il lago di Suviana e le strutture sportive di Gaggio Montano, gli Uffici IAT di Lizzano e Vidiciatico, anche attraverso i nostri canali social collaboreranno per la promozione di eventi e promozioni dei comuni partecipanti al progetto. Nel nostro sito di promo-commercializzazione www.cornoallescalle.net, sono già presenti le strutture ricettive di Gaggio Montano e per il 2023 intendiamo estendere la partecipazione ad Alto Reno Terme e Castel D'Aiano. Gli Uffici IAT inizieranno nel 2023 la gestione degli eventi e del servizio di prenotazione delle attività previste tra le azioni del “Bando Borghi” di Monteacuto delle Alpi che avranno un respiro sovracomunale.
- ❖ **ITINERARI ACCESSIBILI**: abbiamo avviato azioni di riqualificazione della sentieristica lungo i cammini per incrementare il cicloturismo il contatto con la natura, il benessere e il Bio e le attività invernali, in collaborazione con l'Ente Parchi Emilia Orientale e le associazioni locali “Corno Alle Scale Bike” e “Porrettana Bike”. Installeremo nuove colonnine per la ricarica e-bike. Inoltre in collaborazione con l'Ente Parchi Emilia Orientale, il CAI e la società Corno Alle Scale srl verranno realizzati nuovi percorsi invernali dedicati all'escursionismo, alle ciaspole e sci alpinismo. Continueremo le azioni di riqualificazione di aree pubbliche attraverso la realizzazione di ulteriori aree giochi e aree fitness inclusive. Nel 2023 verrà valorizzata una moderna Area Fitness Inclusiva all'aperto sul Percorso Natura che unisce le frazioni di Lizzano in Belvedere e Vidiciatico e che comprende 7 strutture per allenamento con Squat, Twister, Ab Bench, Spinning Bicycle, Air Walker e High Pulley, una struttura Street Workout composta da 10 attrezzi.

- ❖ **INNOVAZIONE NEI SERVIZI:** una delle azioni della nostra amministrazione sarà indirizzare ulteriori risorse alla riqualificazione delle strutture sportive per lo sviluppo del turismo dello sport che rappresenta il principale richiamo dei flussi turistici del nostro comprensorio. Verranno avviati progetti di riqualificazione del centro servizi del Parco Acquatico Conca del Sole, con nuovi servizi di accoglienza, ricreativi e fitness. Sarà riqualificato il centro sportivo di Vidiciatico, con nuovi spogliatoi, un nuovo campo da basket, un campo di allenamento pre-sciistica. La stazione sciistica verrà modernizzata con un nuovo Tapis Roulant in sostituzione della mini seggiovia del campo scuola, più confacente alle esigenze dei principianti, dei bambini e in un'ottica di miglioramento ambientale. Inoltre si sta concludendo l'iter amministrativo relativo alle autorizzazioni per la costruzione della seggiovia che collegherà il campo scuola con il Lago Scaffaiolo in sostituzione della seggiovia diretta del "lago" e della sciovia "Cupolino". Compito degli uffici IAT consisterà nell'implementare il coordinamento delle strutture sportive e gli addetti si occuperanno delle prenotazioni di attività ed eventi tutto l'arco dell'anno, come il progetto "Vivi il Corno e le Terme", presentato a Skypass Modena.

- ❖ **FORMAZIONE:** Gli addetti agli uffici IAT hanno partecipato all'attività di formazione rivolta agli operatori UIT e IAT del territorio metropolitano a cura della Destinazione turistica, come previsto dal Programma Turistico di Promozione Locale (P.T.P.L.) 2022. La formazione nel 2022 ha visto inoltre un corso articolato in due lezioni per la promo-commercializzazione del prodotto Corno Shuttle, organizzato da destinazione turistica sulla piattaforma e-commerce Trekksoft di Bologna Welcome. Si prevedono nuovi programmi di formazione professionale e aggiornamento degli addetti su materie turistiche necessarie anche per abilitazione all'esercizio di accompagnatore turistico/guida turistica/guida ambientale escursionistica e guida di Forest Therapy e approfondimento della conoscenza dei prodotti e servizi turistici del territorio di riferimento; si prevedono altresì corsi di perfezionamento della lingua inglese; in occasione di eventi di particolare richiamo turistico, vengono organizzati in loco dei momenti di formazione ad hoc per gli operatori in modo da rendere più efficace la promozione dell'evento. Gli addetti agli Uffici IAT parteciperanno ai corsi di formazione che verranno realizzati in loco sul progetto che ha ottenuto il finanziamento "Bando Borghi".

TOTALE SPESE PREVISTE: € 67.200,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 67.200,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

8) Comune di Sasso Marconi – UIT

P.G. n. 68144/2022
Integrazione P.G. n. 68577/2022
Integrazione P.G. n. 71912/2022

SEDE

Via Porrettana 314, 40037 Sasso Marconi.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a: Appennino Slow S.C.A.R.L., scadenza contratto 31/08/2024.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il personale di Appennino Slow partecipa a tutte le attività promosse da eXtraBO e dalla Città Metropolitana, tutte le iniziative di promozione turistica del Comune sono realizzate in un'ottica di promozione metropolitana ed è costante la partecipazione ai tavoli attivati dalla Destinazione Turistica. Partendo da tale presupposto l'attività dell'UIT di Sasso Marconi si articola come segue.

TURISMO

- Collaborazione con gli Assessori competenti nell'ambito delle attività di marketing territoriale per definire progetti, programmi e strategie finalizzate alla promozione turistica del territorio.
- Costante studio, aggiornamento e sviluppo delle informazioni sul prodotto turistico "Via degli Dei" (sito www.viadeglidei.it – pagina facebook "La Via degli Dei" – applicazione Via degli Dei); ideazione di itinerari ad hoc per gruppi e/o singoli lungo la Via degli Dei, aggiornamento mailing list Via degli Dei, coinvolgimento di tutti gli stakeholders (ricettività, ristorazione e produttori) lungo il percorso.
- Cura del profilo Ig di infoSasso "visitsassomarconi", creato nel marzo 2022, e del profilo Facebook.
- Coordinamento delle realtà turistiche e associative del territorio per la creazione e pubblicizzazione del calendario annuale delle visite guidate con percorsi naturalistici e itinerari storico – artistici legati al territorio della media e alta valle del Reno e del Setta; partecipazione al bando Trekking Urbano e organizzazione di una proposta nell'ambito della Tartufesta, Tartutrekking nell'ambito della rassegna delle passeggiate Gustotrekking; elaborazione di proposte di itinerari nell'ambito della promozione dei prodotti turistici di punta del territorio: Via degli Dei, Via della Lana e della Seta e Linea Gotica, con creazione di pacchetti turistici appropriati per singoli o gruppi con particolare riguardo a praticanti dell'escursionismo, cicloturisti, appassionati di enogastronomia e camperisti, promuovendo contestualmente l'area sosta camper presente nel territorio.
- Collaborazione nelle attività di trekking dedicate a persone ipovedenti e non vedenti, gestite e organizzate da Appennino Slow.
- Prenotazione per partecipazione a visite guidate ed eventi.

PROMOZIONE – COMUNICAZIONE – COMMERCIALIZZAZIONE- COLLABORAZIONE CON GLI UFFICI DEL COMUNE DI SASSO MARCONI

- Aperture straordinarie, supporto organizzativo e nelle attività promozionali dello UIT in occasione delle manifestazioni locali come Piazza sotto le Stelle, Fira di Sdaz, Tartufesta, Notte Blu, Christmas Roads, "Sasso in Balotta" ex Mercato del Riuso, Marconi Days e III Weekend del mese a Colle Ameno, al fine di promuovere l'enogastronomia e il territorio.
- Cura della newsletter "Sasso settimana..." con uscita nel giovedì a diffusione locale e metropolitana per utenti e operatori, dove sono raccolte le notizie su spettacoli, eventi, cinema, musica e sport; redazione del calendario di eventi da inserire sul sito e sulla rivista trimestrale Nelle Valli Bolognesi; stesura del calendario di eventi da pubblicare sull'opuscolo bimestrale edito dalla Città Metropolitana "Sagre, feste e mercatini in provincia". Con l'Ufficio Stampa l'UIT viene gestita una mailing list condivisa che ha raggiunto i 4.800 contatti (numero invariato rispetto al 2021 in quanto nel corso del 2022 sono stati adottati nuovi strumenti di comunicazione -come Instagram e Whatsapp – maggiormente preferiti dagli utenti).
- Servizio Whatsapp (3348334945), nel 2022 e' stato eseguito l'upgrade a Whatsapp for Business.
- Diffusione di pubblicazioni e libri dedicati al territorio di Sasso Marconi e all'area appenninica e di promozione turistica locale, metropolitana e regionale.
- Promozione, informazione e gestione delle prenotazioni per le Rassegne di Teatro organizzate dal Comune.
- Pubblicizzazione degli spettacoli e degli eventi organizzati e/o patrocinati dal Comune e della Programmazione Cinematografica del Teatro – Cinema "G. Marconi".

- Organizzazione di degustazioni in loco durante le manifestazioni per promuovere il prodotto tipico e l'Ufficio Turistico. Vendita di prodotti enogastronomici (in particolare forniti da produttori locali) e ricerca per la commercializzazione di nuovi prodotti; creazione a richiesta di ceste personalizzate con prodotti tipici e ceste natalizie per le aziende locali.
- Formazione di stagisti provenienti da Scuole Superiori, Università ed Enti di Formazione.
- Partecipazione ad eventi organizzati a livello metropolitano, a titolo esemplificativo ma non esaustivo San Locca Day, Festa Via della Lana e della Seta, Presentazione delle Tartufeste.

COLLABORAZIONE CON LE REALTÀ DEL TERRITORIO

Oltre alle manifestazioni, viene coordinata la realizzazione di visite guidate e passeggiate alla scoperta del territorio e del prodotto tipico, esempi di visite: Museo Marconi e Villa Griffone - trekking a tappe sulla Via degli Dei e sulla Via della Lana e della Seta – Borgo di Colle Ameno e Aula della Memoria – Acquedotto Romano – Oasi Naturalistica di San Gherardo – Rassegna di itinerari Gustotrekking, con il Tartutrekking in occasione della Tartufesta – Borgo Fontana e Palazzo Sanuti – La Rupe – Contrafforte del Pliocenico.

Le realtà associative con le quali si collabora maggiormente per la realizzazione delle attività sopra menzionate e con le quali è previsto di lavorare nel 2023 sono le seguenti: ASCOM – PRO LOCO di Sasso Marconi – PRO LOCO Borgo Fontana – ASD CSI Sasso Marconi – Gruppo Studi Progetto 10 Righe – Green Devils Team ASD – Ass. Le Nuvole – Ass. Le Voci della Luna – Ass. per il Gemellaggio G. Marconi – Ass. Circolo Filatelico – A.N.P.I. Sasso Marconi – CAI Medio Reno – Giardino Botanico Nova Arbora – Fondazione Marconi.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Al fine di migliorare e qualificare il servizio offerto, per il 2023 l'UIT di Sasso Marconi ha individuato una serie di interventi che prevedono, oltre al consolidamento di progetti e attività intraprese nel 2022, anche la realizzazione di nuove iniziative coerenti con le Linee di indirizzo pluriennale della Destinazione Turistica.

Tali iniziative sono state individuate analizzando quelle che sono le richieste più frequenti da parte di cittadini, turisti e operatori economici del territorio.

- 1) Rafforzamento di una rete organica di sistema territoriale per sviluppare attività innovative di carattere promozionale, volte a rilanciare e rafforzare l'immagine del territorio attraverso le specificità e le eccellenze;
- 2) Rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori anche nell'ottica della maggiore propensione alla digitalizzazione
- 3) 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
- 4) 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.) 2023.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL 2023 ANCHE A CARATTERE INNOVATIVO

Per rispondere in modo proattivo al processo di rinnovamento e ristrutturazione della rete di informazione e accoglienza turistica su cui sta lavorando la Regione Emilia-Romagna con le Destinazioni turistiche (compresa la nostra di riferimento, Territorio Turistico Bologna-Modena), riteniamo che i passaggi fondamentali da parte degli Uffici Turistici siano quelli di presentare progetti sovracomunali. Di seguito le nostre idee delle attività che vorremmo mettere in campo per la creazione e il funzionamento di reti territoriali di informazione e accoglienza turistica che vadano oltre i confini amministrativi.

- 1) Creazione di una rete per offrire informazioni su tutto il territorio Appenninico
Il personale degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme e Monghidoro è già formato su un territorio più ampio ma porteremo avanti questo processo intensificando azioni di incontro con gli altri Comuni aderenti al progetto e la collaborazione con altri UIT/IAT. 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 i Comuni che non abbiano un infopoint sul territorio: Comune di Pianoro, Comune di Vergato, Comune di Monzuno, Comune di Castiglione dei Pepoli;
 - b) tra uffici UIT e IAT con personale di Appennino Slow (unico gestore) quali UIT Sasso Marconi, IAT Alto Reno Terme, UIT Molino del Pallone e IAT Monghidoro e UIT e IAT con diverso gestore quali IAT di San Benedetto Val di Sambro e IAT di Marzabotto;
 - c) con eXtraBO e Bologna Welcome quali infopoint sulla città di Bologna;

Si aggiunga che nell'ambito delle convenzioni in essere lo UIT InfoSasso coordina e realizza la promozione della Via degli Dei in stretta collaborazione con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Monzuno e San Benedetto VdS (parte bolognese del cammino), e collabora attivamente per la promozione della Via della Lana e della Seta con la Città Metropolitana e i Comuni di Casalecchio di Reno, Marzabotto, Grizzana Morandi, Camugnano e Castiglione dei Pepoli (parte bolognese del percorso).

2) Organizzazione di riunioni tra operatori per scambio di informazioni riguardanti i luoghi, i servizi, le necessità di turisti e visitatori una volta al mese (anche online). Fondamentale la presenza anche dello staff della cordata Appennino di eXtraBO per comprendere ed analizzare le richieste del mercato di riferimento di Bologna e di conseguenza individuare strategie condivise anche per aumentare le presenze turistiche sul territorio metropolitano, la permanenza media e la stagionalizzazione dei flussi. Gli incontri saranno unicamente operativi e verranno inviati report mensili alla DMO per condividere le informazioni;

3) Condivisione (anche con la DMO) di un unico drive di informazioni turistiche 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 (comprensiva dei territori extraregionali qualora coinvolti in cammini di particolare rilievo);

4) Collaborazione con l'attuale gestore (Appennino Slow) e con Bologna Welcome per un progetto condiviso per attivare la funzione di reservation attraverso la creazione di profili "merchant" di treksoft per la vendita online sui portali di riferimento di eventi e pacchetti;

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) Piano di formazione condiviso (vedi pagina dedicata).

7) Creazione di un Canale Telegram UIT infoSasso in quanto Telegram è uno strumento veloce e allo stesso tempo sicuro: i messaggi e gli allegati sono crittografati. L'attivazione di un canale "turistico" attraverso questa applicazione ha lo scopo di informare velocemente gli utenti con l'obiettivo di stimolarne l'engagement;

8) Aggiornamento del materiale turistico prodotto nel 2022. Sono state infatti prodotte tre nuove brochure interattive legate al territorio Visit Sasso Marconi (contenenti i principali luoghi di interesse storico, artistico e naturalistico), Quattro Passi intorno a Sasso (raccolta di percorsi e passeggiate di difficoltà medio facile) e Pedalando in Appennino (contenente itinerari per escursioni in mountain bike da svolgere a Sasso Marconi, Porretta Terme, Monghidoro e Bologna). Si tratta di dépliant in formato interattivo dotati di QR Code, che racchiudono le informazioni principali in una o massimo due pagine al fine di rispondere da un lato all'esigenza di molti di trovare del materiale cartaceo presso lo UIT e dall'altro di soddisfare esigenze di carattere ambientale. Con lo strumento del QR Code l'utente può collegarsi alla pagina di approfondimento in modo rapido e intuitivo. Nel corso del 2023 si prevede la rielaborazione in lingua inglese degli opuscoli e la distribuzione gratuita presso tutti i principali uffici turistici e infopoint del territorio;

9) Al fine di rinforzare i valori e l'identità del territorio si intende implementare la promozione del prodotto tipico e delle aziende agricole locali con lo scopo di riattivare anche i mercati internazionali. Si prevede infatti di incrementare le azioni di sostegno alle aziende locali attraverso attività di storytelling relative ai produttori, video interviste, blogging e promozione social. Inoltre, la commercializzazione dei prodotti sarà implementata con la vendita online nella sezione e-commerce del sito infoSasso che a partire da Aprile 2023 sarà disponibile in versione inglese con l'attivazione di spedizione estera tracciata tramite corriere;

10) Per il 2023 verranno riproposti incontri informativi/formativi rivolti agli operatori economici in quanto l'offerta turistica non può prescindere dall'attività dei vari stakeholders e questo strumento consente di creare occasioni di confronto reciproco e di strutturare maggiori legami con i vari attori del territorio.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Per l'anno 2023 il personale degli uffici gestiti da Appennino Slow seguirà una programmazione intensa e scandita di formazione in quanto riteniamo che sia il modo principale per qualificare i servizi di informazione e accoglienza al turista.

La partecipazione ad alcuni corsi sarà aperta gratuitamente anche agli altri Comuni in modo da offrire un servizio di formazione condiviso ed un momento di conoscenza che possa essere un confronto e una crescita per tutti.

Formazione aperta a tutti gli operatori di IAT/UIT del territorio:

- Lezioni di territorio (4 uscite)
- L'Appennino visto da una GAE (3 incontri di cui 1 in aula e 2 in ambiente)
- Il turismo gastronomico
- L'Appennino come proposta per il mercato straniero
- Dalla promozione alla commercializzazione

Formazione per i dipendenti di Appennino Slow degli uffici di Sasso Marconi, Alto Reno Terme, Monghidoro, eXtraBO:

- Rotazione del personale all'interno dei 4 uffici un giorno a settimana
 - Inglese (più corsi a seconda del livello di partenza)
 - Seconda lingua
 - Marketing territoriale
 - Facebook per la comunicazione turistica - Instagram per la comunicazione turistica
 - Tik Tok, la nuova frontiera della comunicazione turistica
- Formazione accademica (con verifica finale), in particolare abbiamo individuato i corsi tematici 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. Con la sua piattaforma federica.eu è leader in Europa per la didattica multimediale open access, e nella top ten mondiale per produzione di MOOCs, i Massive Open Online Courses che stanno rivoluzionando la didattica universitaria. I suoi corsi in materia di turismo permetteranno al personale di apprendere competenze utili per un mercato in continua evoluzione acquisendo nuove competenze e professionali dove e quando vorranno in un percorso anche di crescita personale.
- Turismo Lento: Borghi, Parchi, Cammini d'Italia (<https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=320>)
 - Turismo Sostenibile: Comunità, Alleanze, Finanziatori (<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: € 82.468,24

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 82.468,24

PUNTEGGI: 78

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

9) Comune di Imola – IAT

P.G. n. 68148/2022
Integrazione P.G. n. 70919/2022

SEDE

Galleria Centro Cittadino, via Emilia 135, Imola.

MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Proposte di miglioramento del servizio:

- 1 – ristampa degli opuscoli esistenti con l'aggiornamento e l'inserimento di dati nuovi;
- 2 – organizzazione di eventi rivolti a promuovere peculiarità del territorio;
- 3 – collaborazione con le associazioni locali e con il gestore dell'Autodromo per la promozione degli eventi del territorio e del circondario;
- 4 – collaborazione con il gestore del campeggio temporaneo per la prenotazione, pagamento e accoglienza degli utenti iscritti;
- 5 – collaborazione con i referenti tecnici del tavolo del turismo circondariale per la promozione unitaria dell'area e organizzazione di eventi congiunta.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL 2023 ANCHE A CARATTERE INNOVATIVO

La ripresa del settore turistico prevede per la Città di Imola grossi appuntamenti di valenza internazionale e lo IAT intende essere parte attiva nella promozione del territorio e nell'accoglienza dei turisti. L'anno 2023 sarà caratterizzato dalla presenza di grandi eventi come il Gran Premio di F1 con la volontà di proporre un programma di grandi manifestazioni in considerazione del successo riscontrato nel 2022.

In considerazione di questo e della stretta collaborazione consolidata in questi anni con la società di gestione del circuito, si parteciperà e si collaborerà attivamente alla buona riuscita degli eventi sportivi e commerciali che si svolgeranno nel 2023.

Questo si concretizzerà con l'attivazione dei seguenti servizi:

- 1 - stand temporanei sia all'interno dell'Autodromo che all'esterno, nelle principali vie d'accesso;
- 2 - promozione diretta attraverso una capillare spedizione agli IAT regionali del materiale dell'evento;
- 3 - vendita dei biglietti dei maggiori eventi sportivi in svolgimento all'Autodromo;
- 4 - gestione delle prenotazioni in caso di allestimento area attrezzata a campeggio.

1. In riferimento agli orari di apertura dell'ufficio durante i periodi di massima affluenza, si specificano i seguenti orari di apertura che si intendono effettuare per l'anno 2023:

Camper Fest – dal 14 al 16 aprile 2023

orario giorni feriali: 8.30-13.00; martedì anche 14.30-17.30; sabato 10.00-18.00

orario giorni festivi: 10.00-18.00

Festa della Liberazione – 25 aprile 2023 orario giorni festivi: 9.00-12.00

Gran Premio di F1 – dal 18 al 21 maggio 2023

orario giorni feriali: 8.30-13.00; martedì anche 14.30-17.30; sabato 8.30-18.00

orario giorni festivi: 7.00-14.00

Il Centro fiorisce – un sabato di maggio 2023

sabato 8.30-12.30 e 16.00-21.00

Sport al Centro – 4 giugno 2023

orario giorni festivi: 8.00-19.00

1000 Miglia – 13 giugno 2023

orario giorni feriali: 8.30-13.00 e 14.30-17.30

Concerti musicali – 3 date a luglio 2023 (date da definire)

orario giorni feriali e/o festivo (a seconda della data di svolgimento): 8.00-03.00

Imola in Musica – dall'01 al 3 settembre 2023 (date da definire)

orario giorni feriali: 8.30-13.00; martedì anche 14.30-17.30; giovedì e venerdì anche 17.00-21.00;
sabato 8.30-12.30 e 16.00-21.00
orario giorni festivi: 16.00-21.00
Baccanale Imola – 23 giorni tra ottobre e novembre 2023 (date da definire)
orario giorni feriali: 8.30-13.00; martedì anche 14.30-17.30; sabato 8.30-12.30 e 15.00-18.30
orario giorni festivi: 15.00-18.30

2. Si continuerà a collaborare con le associazioni locali sia a livello organizzativo che gestionale, attraverso aperture straordinarie dell'ufficio per favorire e promuovere sia gli eventi che il territorio.

Tale collaborazione sarà realizzata in occasione dei seguenti eventi:

- Sport al Centro in giugno
- Fiera Agricola del Santerno in giugno
- Imola in Musica in settembre
- Baccanale Imola in ottobre/novembre

In particolare, relativamente a Sport al Centro, verrà ripetuta l'esperienza degli anni precedenti, dove l'ufficio ha curato la realizzazione del depliant, implementato il sito internet (<http://visitareimola.it/sportalcentro/>), proposto un concorso di raccolta timbri di prova sport a premi e distribuito oltre 2000 copie del programma.

3. Per l'anno 2023 i comuni del Circondario Imolese hanno condiviso la volontà di implementare attività congiunte in ambito turistico; a tal fine il progetto intende rafforzare la rete dei servizi di informazione turistica nell'area imolese composta da IAT di Imola, UIT di Castel San Pietro Terme, UIT di Dozza e UIT di Borgo Tossignano, al fine di attivare collaborazioni sovracomunali, anche con il coinvolgimento di tutti gli altri Comuni dell'Imolese. Tale azione prevede la condivisione di servizi, anche in modalità digitale, per potenziare le attività di promozione, informazione e accoglienza turistica in ambito sovracomunale, compresa la possibilità di prenotazione a eventi. Saranno inoltre attivati momenti finalizzati allo scambio di esperienze e conoscenze tra tutti gli operatori IAT e UIT, 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.

4. In quest'ottica, in particolare, l'ufficio fungerà da capofila per i comuni di Casalfiumanese, Fontanelice e Castel del Rio per promozione, divulgazione e informazione degli eventi e delle realtà di quei territori, come da dichiarazioni di partecipazione operativa allegati alla domanda di richiesta di inserimento al PTPL 2023 – Ambito 1.

5. Verrà pubblicata la guida dei maggiori Eventi di Imola, (Imola Eventi 2023 - sedici maggiori eventi che si svolgeranno nell'anno a Imola), dépliant realizzato in lingua italiana e inglese, distribuito a tutti gli IAT regionali e alle strutture ricettive del Circondario Imolese.

6. Si continuerà nella distribuzione del 'Dono' (n. 20 semi di Pomodoro Riccio), realizzato nel 2013 in cinque lingue, prodotto di fidelizzazione e ricordo del territorio di Imola.

7. Proseguirà la valorizzazione degli eventi e delle attività attraverso i Social Network in particolare: Facebook (aperto nel 2011 e ad oggi con 3681 'follower'); Twitter (aperto a giugno 2015).

8. L'ufficio proseguirà nell'inserimento degli eventi estivi all'interno di un sito (<http://visitareimola.it/oasiincitta/>), creato a giugno 2016 dall'ufficio stesso, per dare maggiore visibilità agli eventi in programma da giugno a settembre in città.

9. Verrà mantenuto il servizio di collaborazione con le associazioni di promozione culturale che visitano la nostra città.

10. Verrà ripetuta la realizzazione in autonomia della brochure relativa alle strutture ricettive denominata 'Dove Dormire' e quella relativa ai ristoranti denominata 'Mangiare a Imola', aggiornate in tempo reale con le nuove aperture e/o chiusure; sono inserite nel sito istituzione alla pagina <http://visitareimola.it/richiestapubblicazioni/>, dove è possibile scaricare e/o richiedere in spedizione gratuita il materiale in distribuzione agli utenti allo IAT.

11. Proseguirà il progetto di accoglienza dei turisti attraverso un totem posizionato nella nuova sala di attesa della stazione Ferroviaria di Imola (rimosso a dicembre 2017 per lavori di ristrutturazione e installato ex novo ad aprile 2018) attraverso la consegna giornaliera di materiale turistico (eventi, materiale turistico e mappa della città); a fianco del totem è stato anche posizionato un cartello informativo relativo all'App turistica VisitAReIMOLA scaricabile gratuitamente tramite gli store IOS e Android.

12. Proseguirà la collaborazione con il gestore del campeggio temporaneo di Imola (Centro Sociale Tiro a Segno) in occasione di grossi eventi per la gestione delle prenotazioni relative ai turisti stranieri; verrà predisposta la modulistica per la prenotazione (in italiano e in inglese), nonché gli elenchi con la specifica degli equipaggi e degli orari di arrivo e la gestione dei pagamenti.

13. Continuerà la collaborazione con il Servizio Attività Economiche del Comune di Imola iniziata nel 2020 attraverso l'implementazione del sito dedicato all'evento Fiera Agricola del Santerno in programma ogni anno nel mese di giugno.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Il programma di formazione delle operatrici dell'ufficio IAT di Imola prevede la diversificazione su due linee; una di carattere prettamente tecnica con l'attivazione di un corso di speaking della linea inglese. Considerando che la comunicazione è un tema in costante evoluzione, soprattutto in rapporto agli eventi a valenza internazionale e la gestione delle prenotazioni del campeggio temporaneo, il primo filone di formazione verterà verso un aggiornamento in questo campo. Gli uffici IAT sono vere e proprie porte di accesso all'area in cui sono localizzati ed è quindi fondamentale che il personale sia capace di presentare al meglio il territorio intercettando e soddisfacendo i nuovi bisogni del turista. Il secondo filone sarà un approfondimento delle realtà specifiche del territorio andando a toccare le singole eccellenze attraverso incontri formativi con i referenti dei settori interessati anche con il coinvolgimento degli altri operatori turistici attivi nel Circondario Imolese per la presentazione dell'offerta turistica dell'intero territorio in maniera più puntuale e aggiornata.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 100.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 100.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

SEDE

Piazza Madonna Della Neve 15, Madonna Dei Fornelli.

MODALITÀ DI GESTIONE

Forma aggregata con altri Comuni, Comunità Montane, Unioni di Comuni X in concessione a: Foiatonda Cooperativa di Comunità SCRL.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il comune di S. Benedetto V.S. presenta domanda di contributo per l'anno 2023 per il proseguimento del progetto di promozione turistica già in essere dallo scorso anno nella frazione di Madonna dei Fornelli e per l'attivazione di un infopoint al fine di fornire servizi di informazione e accoglienza al turista e organizzazione di eventi outdoor in ambito territoriale sovracomunale. Ai fini dell'ammissibilità si evidenzia la sottoscrizione della "Dichiarazione di partecipazione operativa e/o finanziaria del Comune di Monzuno" allegata alla presente domanda.

L'ufficio IAT posto nel centro di Madonna dei Fornelli è un punto di riferimento immediato, di fronte all'arrivo di tappa dei cammini della Via degli Dei e della Via Mater Dei. L'ufficio è nato per soddisfare anche le esigenze del turista alla scoperta dei luoghi e dei sentieri appenninici, a raccogliere stimoli e suggestioni, a chiedere consigli e suggerimenti, ad appagare le curiosità delle comunità e delle relative tradizioni.

Lo spazio riservato al materiale informativo gratuito è in continuo aumento, sia di novità che di richieste: dépliant e brochure dei cammini, dei borghi, dei parchi; dal mese di luglio è molto apprezzata la cartina dei "sentieri ad anello" nel comune di San Benedetto Val di Sambro. Sempre rifornito lo spazio relativo alla divulgazione di locandine e volantini relativi a manifestazioni, eventi e iniziative dei Comuni di Castiglione dei Pepoli, Monzuno, Monghidoro, Loiano, Alto Reno, Grizzana Morandi e Vergato. Anche lo spazio del materiale cartaceo in vendita (libri, fascicoli e riviste locali) che trattano argomenti storici, culturali, della tradizione appenninica, enogastronomici, ecc è molto gradito e di indubbio interesse.

La disponibilità di un pc con collegamento alla linea veloce internet completa il servizio di informazione al turista, che in autonomia consulta e ricerca sul web. Gli ampi spazi dei locali si prestano alla promozione e alla vendita dei prodotti tipici delle realtà agricole e artigiane del territorio dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese e dell'Unione Savena Idice. Tra l'altro il coordinamento consente di mettere in rete le realtà locali al fine di promuovere la produzione e l'economia locale, la sostenibilità umana, ambientale e sociale.

La vendita di abbigliamento, calzature e attrezzature da trekking, i prodotti di primo soccorso e altri articoli parafarmaceutici ampliano i servizi ai turisti/escursionisti. La disponibilità dello "spazio social", volutamente realizzato quale luogo di incontro ha visto da aprile a ottobre appuntamenti di degustazione di gruppi di camminatori, presentazione di libri, divulgazione e formazione sulla conoscenza dei frutti antichi, in particolare della "mela rosa romana". Lo spazio ha ospitato da luglio a settembre la mostra dei reperti della guerra in collaborazione con il Museo di Livergnano e la proiezione del film documentario della X Legio girato in occasione del cammino promozionale dei legionari da Bologna a Firenze.

Il riconoscimento della qualifica di Ufficio informazione e accoglienza turistica (IAT) costituisce un concreto strumento di elevata importanza per creare le condizioni di una nuova concezione dello sviluppo turistico dell'Appennino nella sua globalità, nel rispetto agli standard regionali previsti dalla deliberazione di Giunta Regionale n. 956 del 20/06/2005 e in coerenza alle linee di indirizzo pluriennale per la programmazione della Destinazione Turistica con la visione più ampia e allargata in previsione della revisione dei criteri che è in procinto di emanare la Regione Emilia Romagna in merito agli interventi a favore dei servizi turistici previsti dal 2024. L'affiancamento e la co-progettazione di proposte esperienziali turistiche e il potenziamento di un punto informativo subordinato allo IAT di San Benedetto Val di Sambro, già individuato nella sede della proloco nel comune di Monzuno, comprova la visione di una forma innovativa di promozione turistica territoriale.

Il continuo afflusso di turisti scorge nell'ufficio IAT di Madonna dei Fornelli la vetrina dell'appennino.

L'intenzione di creare coscienza e consapevolezza di quelle che sono le enormi potenzialità del territorio è il risultato del lavoro del 2022. La promozione e la divulgazione delle bellezze naturalistiche, dei valori storici, della tradizione e della cultura sia laica che religiosa ha messo in evidenza la grande ricchezza alberghiera e "vissuta" in queste zone. L'apertura del locale "polifunzionale" rappresenta l'esempio delle opportunità che ci riserva

l'appennino per creare valore economico, sociale e culturale. Nel mese di novembre c.a. sono in programma incontri informativi e conoscitivi con gli operatori turistici dei comuni di San Benedetto Val di Sambro e Monzuno, a cui seguirà un ulteriore incontro per la ricettività nei punti tappa lungo la Via Mater Dei.

Fondamentale è la rete che si è costruita con gli uffici IAT e UIT limitrofi gestiti da Appennino Slow (tra cui lo IAT di Monghidoro, Alto Reno Terme, l'ufficio UIT Sasso Marconi e Molino del Pallone e l'ufficio eXtraBO) e con lo IAT di Marzabotto, nonché con i Comuni di BOM (Castiglione dei Pepoli, Loiano, Monzuno, Monghidoro, Monterenzio e Pianoro) che consente un piano di comunicazione integrata e coordinata ad ampio raggio (soprattutto tramite i social Facebook, Instagram, Whatsapp) così da meglio raggiungere i potenziali fruitori delle offerte turistiche che convergono nella promozione del territorio appenninico.

Proficua è la collaborazione con l'Unione Savena Idice per la promozione della a Via Mater Dei e del nuovo progetto "Anello delle grandi vie in e-bike: Flaminia Minor, Via Mater Dei e Via del Fantini" oltre che con con l'Unione Appennino Bolognese per i molteplici iniziative come ad esempio la rassegna "Appennino in Tavola".

In ottica di miglioramento del servizio è opportuno:

- Dotarsi di nuove forme organizzative e di funzioni per implementare efficacia, efficienza ed economicità del sistema regionale nella rete dell'informazione e accoglienza prediligendo progetti di digitalizzazione. In tal merito, potenziamento dei contenuti nell'App dedicata al cammino Via Mater Dei di cui Foiatonda scrì è sottoscrittore della "convenzione per la gestione coordinata tra l'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese (ente capofila), Unione dei comuni Savena Idice e la Città Metropolitana di Bologna finalizzata a promuovere e valorizzare l'itinerario.
- Riquilibrare la rete dell'informazione turistica già in un'ottica di consolidamento degli standard di qualità previsti e di miglioramento dei servizi resi, in vista dell'applicazione del nuovo modello a partire dalla prossima programmazione 2024
- Elaborare una strategia in coerenza con le linee guida per la promo commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024 e le "linee di indirizzo strategico - programmatico pluriennali 2021-2023" nell'ambito metropolitano bolognese "Outdoor Active&Slow" e "Food&Wine" e perseguire attività finalizzate alla condivisione di servizi e di informazioni con le DMO coordinate da ExtraBo e Appennino Slow (capofila ATI di cui "Foiatonda scrì" ne è parte attiva) per rafforzare e uniformare la proposta turistica sull'intero territorio.
- Potenziare la rete con gli operatori turistici per aumentare la qualità dell'accoglienza e l'apertura di nuove strutture ricettive soprattutto nei pressi della Via Mater Dei; inoltre rafforzare la consapevolezza che anch'essi sono strumenti che consentono di perseguire l'obiettivo di sviluppo turistico sovracomunale.
- Potenziare la rete con le associazioni di volontariato e le proloco del territorio metropolitano in rapporto all'organizzazione degli eventi per la condivisione della promozionale degli stessi, all'attiva partecipazione organizzativa, all'apertura straordinaria dell'ufficio IAT e il completamento dell'offerta turistica tramite proposte integrative.
- L'ammodernamento e l'aggiornamento del sito "www.Foiatonda.it" (gestore incaricato dell'ufficio IAT), già in fase di attuazione, in particolare con le offerte di proposte esperienziali programmate. In fase di valutazione il link diretto dal sito ufficiale del Comune di San Benedetto Val di Sambro per una migliore e diretta consultazione.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

- La continua richiesta di materiale informativo da parte dei turisti e la necessità di rifornire eXtraBO di materiale promozionale comporta lo studio di contenuti e l'elaborazione di brochure. Si ritiene pertanto opportuna la definizione di un "format" di comunicazione per gli interessi turistici dell'appennino in previsione dell'azione coordinata prevista dal 2024 per poter produrre già nel corso del 2023 materiale informativo sui borghi, i mulini sulla valle del Savena, sul lago di Castel dell'Alpi, la cava e i basolati della strada romana della Flaminia Militare, cenni storici sulla storia dei comuni di San Benedetto Val di Sambro e Monzuno e quanto possa contribuire a suscitare curiosità e coinvolgimento al turista;
- Affiancamento e co-progettazione di un punto informativo nel comune di Monzuno con la proloco locale e relative proposte turistiche;
- Affiancamento e co-progettazione degli eventi fino ad oggi in carico alla proloco di San Benedetto Val di Sambro, consentendo la programmazione di offerte turistiche potenziate e rinnovate;
- Organizzare uscite "Outdoor Active&Slow" guidate di piccoli gruppi per raggiungere e conoscere i luoghi di interesse dell'appennino e programmare "cooking class" coinvolgendo le comunità

- Mantenere aggiornato e potenziare il sito “www.foiatonda.it” che fa riferimento ai contenuti e alle info turistiche dello IAT;
- Organizzare la seconda edizione del Festival degli aquiloni sulla Via degli Dei previsto per il primo week end di settembre;

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Il programma formativo per il 2023 di tutti gli addetti all'ufficio IAT è previsto in modalità telematica o in presenza e sono finalizzati ad affinare le conoscenze relativamente al territorio appenninico, alle eccellenze storiche, culturali, ambientali ed enogastronomiche.

Si prevedono occasioni di formazione e approfondimento della conoscenza dei prodotti, dei servizi e dei punti di interesse turistici che saranno perfezionate dalle uscite formative per esaminare personalmente le eccellenze delle risorse e i servizi turistici del territorio di competenza.

Partecipazione agli eventuali corsi di aggiornamento organizzati dalla Destinazione Turistica specifici per la formazione degli operatori degli uffici turistici.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.500,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 50.500,00

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

11) Comune di San Giovanni in Persiceto - IAT

P.G. n. 68175/2022
Integrazione P.G. n. 71876/2022

SEDE

Via Cento 9/A, San Giovanni in Persiceto.

MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il Comune di San Giovanni in Persiceto è titolare di un ufficio di informazione ed accoglienza turistica in fase di autorizzazione quale IAT-Pianura.

Il contesto in cui si inserisce il servizio evidenzia punti di forza (presenza di emergenze ad alto appeal turistico quali i Teatri storici, ville e castelli di pregio architettonici, pinacoteche, borghi, vaste aree verdi e naturalistiche quali La Bora e le Vasche dell'Ex-Zuccherificio, infrastrutture di rilevanza come la Ciclovía del Sole e la Ciclovía del Navile, una forte presenza di Musei - grandi attrattori il Mudetec Lamborghini e il Museo del Gelato Carpigiani) e fattori di debolezza (ricettività contenuta in termini di leisure; eccessiva polarizzazione dei flussi turistici intorno alla destinazione Mudetec Lamborghini, con insufficiente fruizione dell'offerta complementare; prevalenza delle visite "mordi e fuggi", con scarsa percentuale di pernottamenti in loco).

Il sistema in cui opera l'Ufficio di accoglienza turistica di Pianura vede già diversi attori con cui è fondamentale continuare ad interfacciarsi e tentare di omogeneizzare le prassi per rendere un'unica riconoscibilità territoriale:

EXTRABO

DMO – BOLOGNA WELCOME

DISTRETTI CULTURALI (Nella predisposizione di una vetrina calendarizzata dell'offerta culturale aiuta la presenza all'interno dei Distretti Culturali delle due Pianure (Est ed Ovest) e la grande attività di coordinamento di Città Metropolitana)

L'attività svolta è finalizzata al pieno soddisfacimento delle esigenze del turista, in maniera tale da rendere attraente ed usufruibile un territorio nella sua completezza di offerta turistica fornendo informazioni esaurienti relativamente ai servizi turistici, ed in generale sull'offerta turistica delle province di Bologna, Modena e Ferrara (attigue ai diversi comuni aderenti) con l'utilizzo del sistema di informazione regionale per il turista (ERT/SITUR). In particolare a disposizione del turista si troverà: materiale informativo, documenti e pubblicazioni specifiche (in consultazione), cartine, cataloghi ed elenchi grazie ai quali si possono ricevere informazioni in merito alle risorse turistiche di ambito più ampio e fornendo assistenza al turista nella ricerca di disponibilità ricettiva.

Nello specifico è garantito:

A) Servizio di informazione e reservation (quest'ultima al momento limitata al Comune di San Giovanni in Persiceto – per i TTTxte anche per Crevalcore e Sant'Agata Bolognese):

1. raccolta, trattamento e diffusione d'informazioni turistiche: l'ufficio collaborerà nel 2023 con la redazione locale di Pianura (al momento in capo a Città metropolitana) per la realizzazione delle schede informative a livello locale. L'ufficio distribuirà gratuitamente informazioni e materiali all'utente in loco o con risposta via mail, telefonica, sulle risorse locali o su quelle inserite nel Sistema Informativo regionale per il turista;

2. assistenza diretta al turista che necessita di tutte le indicazioni su come muoversi e su come organizzare il proprio tempo di visita e permanenza;

3. messa a disposizione del turista di materiale per la ricerca di disponibilità ricettiva ed effettua verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate con la possibilità per gli eventi organizzati dal Comune di San Giovanni di effettuare la prenotazione ed il pagamento, per i TTTxte (Tre Teatri per Te) anche per Crevalcore e Sant'Agata Bolognese;

4. per ogni richiesta effettuata dall'utente, l'ufficio compila la scheda contatti elaborata sulla base di quanto previsto nell'Avviso, raccogliendo le informazioni obbligatorie da rilevare nelle schede contatti, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa sul trattamento dei dati sensibili;

5. accoglienza ed evasione di ogni tipologia pertinente di richiesta dell'utente, che si rivolge all'Ufficio anche telefonicamente, per mezzo di posta elettronica, tramite sistemi di messaggistica, social network, ovvero qualsiasi altro mezzo elettronico informatico, fornendo indicazioni sulle opportunità offerte dal territorio su tutti i fronti di interesse turistico;
6. aggiornamento costante di liste utili per le richieste di front-office quali: ristorazione, trasporti, luoghi di divertimento per bambini, noleggi, eventi culturali;
7. aggiornamento calendari di manifestazioni nel territorio;
8. consultazione giornaliera dei quotidiani locali, dei siti istituzionali dei comuni aderenti e di altri portali informativi per fornire agli utenti informazioni in tempo reale;
9. raccolta delle schede reclami (fac-simile allegato E) del DGR 956/2005) per disservizi ed offrire assistenza al turista nella compilazione;

B) Progettualità sovracomunali:

Promuovere la realizzazione e la promozione di prodotti turistici specifici e integrati che connotano e danno identità al nostro territorio puntualmente indicati nel PPCT:

- 1) mettere in connessione realtà museali quali il Museo della Civiltà contadina (Bentivoglio) con il Museo del vapore (Persiceto);
- 2) creare una guida con i luoghi del Cinema con il supporto di Emilia Romagna Film Commission, la Pianura è spesso location di film solo per citarne alcuni: La California (Sant'Agata e Persiceto); Vecchie canaglie (Argelato); Amati Fantasmi (Bologna, Persiceto e Molinella)
- 3) creare un video con i tour virtuali promozionali dei Teatri storici presenti nei comuni aderenti.
- 4) Festival dei Portici: i portici sono presenti anche in buona parte dei comuni della Pianura, valorizzare e raccontare dei Portici di pianura in concomitanza con le iniziative della città, abbiamo già sperimentato questo dialogo questa estate con visite guidate a tema)
- 5) Borghi con rocche e castelli: supporto ad eXtraBO per i pacchetti turistici già avviati.
- 6) Ciclovía del Sole: continuare il coordinamento per la comunicazione e promo commercializzazione della Ciclovía, la 1^a Festa della Ciclovía sarà negli spazi attigui allo IAT, tenere i rapporti con gli operatori aggiudicatari del Bed&Bike e di nuove realtà che offrono servizi bike (noleggio, riparazioni sul posto...);
- 7) Lo spazio attiguo lo IAT permette la possibilità di tenere degli show-cooking essendoci uno spazio cucina, sono previsti da marzo 2023 weekend dedicati ai vari ristoratori, aziende agricole e sfogline a rotazione. Concluso il percorso De.Co. offrire la possibilità di poterli presentare.

C) Condivisione servizi ed informazioni con la DMO Bologna Welcome

Per rendere un'unica riconoscibilità territoriale è indispensabile continuare ad interfacciarsi con BOWE e EXTRABO. La finalità sarà ottimizzare i servizi informativi e di prenotazione, adottare un'immagine coordinata degli strumenti a disposizione dei turisti, adottare un patto per l'accoglienza per promuovere un'immagine accogliente del territorio attraverso gesti e prassi condivise. Dare logistica e supporto ai Press ed educational tour organizzati da BOWE.

D) Turismo sostenibile, innovativo e accessibile

La conformazione della Pianura è di per sé un territorio attento alla sostenibilità ambientale la grande presenza di aree naturalistiche e di Ciclovie ne sono un esempio, naturalmente si punta alla conservazione delle risorse turistiche e alla distribuzione dei flussi turistici nello spazio. Un obiettivo importante sarà la sostenibilità sociale nel contempo tentando di aumentare le opportunità di lavoro. L'innovazione interesserà le modalità di comunicazione, in particolare quella digitale.

L'Ufficio IAT è accessibile e raggiungibile facilmente da persone con ridotte capacità motorie e all'interno ci saranno pannelli esplicativi con Comunicazione Aumentativa Alternativa CAA in collaborazioni con associazioni di categorie. Per ogni itinerario proposto ci sarà la specifica se possono essere fruiti da tutti.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Azioni 2023 Per il 2023 si vorrà:

- collaborare attivamente, con il Servizio di promozione del Territorio, alla gestione e all'aggiornamento, in lingua italiana e straniera, dei contenuti del sito turistico della redazione locale facente parte del sistema informativo regionale per il turista (SITUR), gestita da Città Metropolitana facente parte del sistema informativo regionale per il turista (SITUR). In particolare in una prima fase di affiancamento si vorrà curare la raccolta e l'aggiornamento a livello locale delle informazioni di carattere turistico da trasmettere all'attuale redazione locale. Inviare i contenuti delle sezioni Itinerari (almeno un set di 3) e Download (nuovi o che vadano ad aggiornare quelli online) – accrescere la media library del sito turistico regionale, con l'aggiunta annuale di un set di almeno 5 contenuti multimediali tra immagini e video, valorizzando il proprio territorio e le sue peculiarità, allo scopo di aggiornare il data base fotografico pubblico.

- Predisporre un kit d'informazione turistica composto da:

1. piantine: delle località comprese nel Comune di San Giovanni in Persiceto e dei Comuni aderenti allo IAT; dei comuni attraversati dalla Ciclovia del Sole; dei comuni appartenenti a Sustenia; della neo nata Bicipolitana;
2. indicazione delle principali attrattive: luoghi di interesse storico; luoghi di interesse culturale (Teatri, Musei); aree naturalistiche; grandi attrattori sia lato bolognese; modenese e ferrarese;
- 3, tabella orari treni con i collegamenti con le principali direttive italiane;
4. elenco strutture ricettive e di ristorazione;
5. elenco strutture ricreative (piscina e piccola area termale);
6. elenco ciclofficine;
7. Security info

- Affiancarsi con un'agenzia di viaggio per la vendita di pacchetti turistici, di prodotti editoriali per i turisti, di altri prodotti tipici locali e dell'artigianato e del merchandising della Ciclovia del Sole.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Piano Formazione A Bologna Welcome è stato affidato il “Supporto per le azioni di marketing interno e il raccordo con gli operatori locali (associazioni di categoria, ecc.)”

All'interno di Bologna Welcome verrà individuata una figura professionale che avrà il compito di supportare il Comune di San Giovanni in Persiceto nelle relazioni con gli stakeholder del territorio (es. Associazioni di categoria) e con gli operatori privati per definire un perimetro di azione comune relativo alle politiche turistiche e culturali del territorio. Tale figura dovrà inoltre definire un piano di formazione al fine di trasferirle competenze ed esperienze in ambito di gestione autonoma dei progetti turistici e dei rapporti con gli operatori locali.

È previsto un corso di inglese per l'ottenimento della certificazione C1.

Corsi per abilitazione all'esercizio di accompagnatore turistico.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 83.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 83.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

12) Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica

PROGETTO TRASVERSALE DI INTEGRAZIONE DELLA RETE DIGITALE DELL'INFORMAZIONE TURISTICA METROPOLITANA A VANTAGGIO DEGLI UFFICI DEL TERRITORIO

La Regione Emilia-Romagna nella cabina di regia regionale del 25 ottobre 2022 ha presentato un progetto di riforma del sistema dell'accoglienza e informazione turistica.

La riforma si pone l'obiettivo di definire una revisione e una razionalizzazione del sistema informativo turistico regionale, che allo stato attuale necessita di più modernità, come pure di essere ricollocato in maniera più performante all'interno del settore turistico. Lo sviluppo competitivo dell'offerta turistica locale passa, infatti, anche attraverso risorse umane sempre più competenti, in grado di interagire con gli ospiti internazionali e formate sul contesto in cui operano, anche grazie a strumenti che consentano loro di rendere un servizio adeguato alle aspettative attuali dell'utenza. Un sistema, insomma, che sappia fornire servizi di front e back-office fortemente integrati e orientati al turista.

Tale consapevolezza ha portato a prevedere nell'attuale PTPL un processo di integrazione tra gli uffici, in coerenza con un modello di informazione ai turisti che preveda modalità tradizionali e innovative di accoglienza e di assistenza dei turisti, in conformità alla normativa regionale di riferimento ma anche in previsione della sua riforma volta a promuoverne la qualificazione e la digitalizzazione.

Già dal 2023 il sistema di informazione e accoglienza sarà quindi uno dei temi prioritari dell'attività dell'ambito bolognese del Territorio Turistico Bologna-Modena, attraverso una serie di azioni specifiche dedicate all'adeguamento del sistema territoriale degli IAT e UIT, in vista dell'approvazione e della successiva attuazione della riforma regionale.

Tali azioni consisteranno prioritariamente nel potenziamento della connessione tra i vari uffici della rete informativa metropolitana. Tale connessione passa necessariamente attraverso un rinsaldato legame tra le redazioni locali del SITUR e gli uffici UIT e IAT, ovverosia tra front e back-office dell'informazione turistica territoriale, al fine di limitare al massimo la proliferazione delle fonti ufficiali di informazione favorendo economie di scala e di ottimizzare il lavoro delle redazioni anche per l'accoglienza dei turisti sul territorio, offrendo loro un ecosistema digitale coerente tra le diverse redazioni e rispetto ai punti informativi fisici.

In quest'ottica, nel 2022 il territorio bolognese ha investito nell'integrazione del portale turistico ufficiale di destinazione bolognawelcome.com con il portale di Emilia-Romagna Turismo. Questa attività è stata intesa come propedeutica all'integrazione dei siti di Redazione locale con il portale di Emilia-Romagna Turismo.

La declinazione della riforma regionale presentata in CDR prevede, infatti, una integrazione necessaria tra IAT-RL, uno per sub-ambito territoriale, e RL del SITUR, che già ora sono una per ciascun sub-ambito territoriale metropolitano (Appennino bolognese, Pianura bolognese, Imolese, Bologna città). In quest'ottica, già nel presente PTPL per l'anno 2023 il primo criterio di valutazione dei progetti inerenti al primo ambito riguarda appunto la coesistenza del servizio di IAT e di RL presso lo stesso soggetto.

In conclusione, attraverso il presente progetto ci si propone di realizzare le seguenti attività di messa a terra del progetto di innovazione rete punti informativi:

- Realizzazione di nuovi siti delle RL con relative funzionalità sul modello di bolognawelcome.com;
- Costruzione di un CMS comune e integrazione con il portale di Emilia-Romagna Turismo;
- Attivazione di un profilo merchant per consentire ai nuovi siti di RL di commercializzare i prodotti.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 50.000,00

SPESA AMMESSA: € 50.000,00

PTPL 2023 – AMBITO 1
“SERVIZI TURISTICI DI BASE”
BOLOGNA

Richiedente		Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione
1	Comune di Dozza (UIT)	Rocca Sforzesca Di Dozza, Piazza Della Rocca 6/A, 40060 Dozza	€ 50.000,00	€ 50.000,00	70	MEDIA
2	Comune di Zola Predosa (UIT)	Villa Edvige Garagnani, Via Masini 11, Zola Predosa	€ 32.000,00	€ 32.000,00	70	MEDIA
3	Comune di Alto Reno Terme 1. Molino del Pallone (UIT) 2. Porretta Terme (IAT)	1. Molino del Pallone, Via Roma 56/1 2. Porretta Terme, Piazza della Libertà 11	€ 100.900,00	€ 95.400,00	75	MEDIA
4	Comune di Monghidoro (IAT)	Via Matteotti 1, 40063 Monghidoro	€ 63.200,00	€ 63.200,00	75	MEDIA
5	Comune di Marzabotto (IAT)	Casa della Cultura e della Memoria, Via Porrettana Sud 1, 40043 Marzabotto	€ 50.350,00	€ 50.350,00	75	MEDIA
6	Comune di Castel San Pietro Terme (UIT)	Piazza XX Settembre 4, Castel San Pietro Terme	€ 40.000,00	€ 40.000,00	70	MEDIA

7	Comune di Lizzano in Belvedere (IAT) <ul style="list-style-type: none"> • Lizzano in Belvedere • Vidiciatico 	1. Piazza Marconi 6, 40042, Lizzano in Belvedere 2. Piazza XXVII Settembre 6, 40042 Frazione di Vidiciatico, Lizzano in Belvedere	€ 67.200,00	€ 67.200,00	70	MEDIA
8	Comune di Sasso Marconi (UIT)	Via Porrettana n.314, 40037 Sasso Marconi	€ 82.468,24	€ 82.468,24	78	MEDIA
9	Comune di Imola (IAT)	Galleria Centro Cittadino, via Emilia 135	€ 100.000,00	€ 100.000,00	70	MEDIA
10	Comune di San Benedetto Val di Sambro (IAT)	Piazza Madonna della Neve 15, Madonna Dei Fornelli	€ 50.500,00	€ 50.500,00	65	BASSA
11	Comune di San Giovanni in Persiceto (IAT)	Via Cento 9/A, San Giovanni in Persiceto	€ 83.000,00	€ 83.000,00	70	MEDIA
12	Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica	Progetto trasversale di integrazione della rete digitale dell'informazione turistica metropolitana a vantaggio degli uffici del territorio	€ 50.000,00	€ 50.000,00		
TOTALI			€ 769.618,24	€ 764.118,24		

MODENA

1) Comune di Modena – IAT-R

P.G. n. 67800/2022

SEDI

1. IAT - Ufficio Informazioni e accoglienza turistiche: Modena Piazza Grande 14.
2. Ufficio di informazioni turistiche e servizi biglietteria bus: Piazza Dante Alighieri.
3. Ufficio di Informazioni Turistiche presso la Fiera di Modena: c/o Fiera di Modena, Viale Virgilio 70/90.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a Modenatur S.c.ar.l.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Lo IAT di Modena, nel suo integrale assetto organizzativo potenzierà 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. 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 infatti 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 promo-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 e UIT del territorio, nel corso del 2023-verranno avviate o potenziate alcune azioni che vedranno il coinvolgimento di tutta la rete degli IAT provinciali a vari livelli, azioni finalizzate a qualificare dell'informazione e accoglienza turistica provinciale. In particolare, lo IAT R di Modena, unico IAT abilitato alla prenotazione di servizi turistici in tutto il territorio modenese, potenzierà la ricerca presso le realtà territoriali di tutta la provincia di Modena, coinvolgendo in questa attività la rete degli IAT/IUT, 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/UIT del territorio provinciale.

L'attività di condivisione di servizi e informazioni con la DMO del territorio modenese e con il sistema promo-commercializzazione regionale è uno degli aspetti strategici che consideriamo 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.

Attività di sportello e back-office

Proseguono inoltre tutte le attività ordinarie come richieste dalla normativa di settore: 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 inoltramento 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, dépliant 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 dei gruppi in visita al Duomo di Modena; prenotazioni delle visite tematiche in città; gestione delle visite guidate a Palazzo Ducale di Modena e al Teatro Comunale Luciano Pavarotti; potenziamento di tutte le azioni e interventi di organizzazione, supervisione e coordinamento delle attività di animazione e fruizione dei beni dei territori produttori di prodotti tipici; attività di informazione, animazione, accoglienza e promozione presso Sito Unesco, 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; raccolta e promozione dei principali eventi di interesse turistico di tutto il territorio provinciale; vendita biglietti bus per Modena e tutta la provincia; 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; gestione e implementazione continua dell'archivio fotografico e video con ambito provinciale; allestimento di corner tematici stagionali presso la sede in Piazza Grande con distribuzione di materiale con ambito provinciale e regionale; monitoraggio risultati e customer satisfaction.

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;
- Accrescere l'attrattività territoriale qualificando e innovando i servizi di informazione turistica coinvolgendo la rete degli IAT/IUT territoriali in progettualità condivise;
- promuovere un turismo sostenibile, cioè in equilibrio con il tessuto socio economico della città e i territori, e inclusivo, cioè accessibile a tutti;
- generare rassicurazione e fiducia nel visitatore anche attraverso l'utilizzo di sistemi digitali innovativi per proporre prodotti ed esperienze nel momento in cui ne fa richiesta, 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 naturale del territorio provinciale e le aree meno interessate dal turismo consolidato.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Sperimentazione dei servizi innovativi a servizio del turista:

- realizzazione del PODCAST IL PALAZZO DUCALE di Modena in italiano e inglese

Nel 2023 avvieremo un progetto innovativo con l'obiettivo di rendere maggiormente fruibili le visite in alcuni luoghi di interesse turistico dove l'accesso, per motivi legati alla tipologia e natura del luogo, è consentito solo

con visita guidata e che per limitati spazi orari in cui è possibile tenere le visite e per un limitato numero di richieste da parte di turisti stranieri, non consentono una fruibilità costante di visite in lingua straniera. L'obiettivo è incentivare la partecipazione da parte di turisti stranieri mettendo a disposizione dei podcast/audioguida gratuiti e scaricabili sul proprio smartphone che ripercorrono i contenuti della visita guidata in inglese in modo che il visitatore straniero possa accedere al luogo e alla visita, anche in occasione di una visita tenuta in italiano, utilizzando un supporto in lingua inglese fruibile durante il percorso. Questo consentirà nel tempo di garantire accesso a tutti e di stimolare interesse da parte di visitatori stranieri con l'obiettivo di poter poi introdurre un numero maggiore di visite guidate in diverse lingue straniere. I luoghi per i quali abbiamo intenzione di sviluppare questo strumento sono il Palazzo Ducale di Modena, e il Teatro Comunale Pavarotti Freni. Nel 2023 inizieremo con la realizzazione del podcast il Palazzo Ducale di Modena in italiano e inglese

- realizzazione di Esperienze di visita innovative presso l'EX ALBERGO DIURNO

Grazie alla strumentazione digitale altamente innovativa (n. 6 proiettori laser da 6300ANSI Lumen con risoluzione Full HD, che proiettando creano un'unica immagine su 3 pareti e tavolo touch screen) di cui è dotato questo luogo e alla sua posizione centrale, l'Ex Albergo Diurno sarà sempre di più uno spazio in grado di coinvolgere il turista in esperienze di visita emozionali e immersive. Nel corso del 2023 sarà quindi il punto di partenza o di arrivo di visite e attività di approfondimento del Sito Unesco e di altri luoghi culturali della città, attraverso l'utilizzo di video, proiezioni di immagini "di particolari o dettagli" dei luoghi visitati, proposta di giochi virtuali.

- realizzazione di Esperienze di visita innovative presso la TORRE GHIRLANDINA E LE SALE STORICHE DEL PALAZZO COMUNALE

Nel corso del 2023 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 (n. 1 turno di visita tutti i giorni a orario stabilito) visite guidate "COMBO" alla Torre e alle sale del Palazzo Comunale; visite guidate tematiche e di approfondimento, visite speciali di approfondimento sugli aspetti naturalistici, come i falchi e i rondoni che abitano la punta della Torre, 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).

- progettazione 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, è stata programmata una specifica 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, al fine di identificare meglio gli obiettivi di medio/lungo termine del sito e predisporre nuova strategia generale. Pertanto nel corso del 2023 si prevede di realizzare attività aggiuntive a quelle ordinarie, di implementazione di nuove aree e funzioni del sito.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

FORMAZIONE ADDETTI IAT-R MODENA

Il programma di formazione degli addetti IAT-R prevede minimo 16 ore di formazione annue per ogni addetto IAT-R.

Le ore vengono suddivise come segue:

-10/12 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 2023, in continuità con il progetto Modena per tutti avviato nel 2022 verrà introdotta una sessione di formazione per accoglienza turisti con bisogni speciali, persone con disabilità in particolare, ma anche altre categorie.

BENVENUTO TURISTA

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: € 321,368,15

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 300.000,00

L'istanza di contributo presenta un costo complessivo di progetto di € 321.368,15 ammissibile per l'intero importo. Poiché, ai sensi dell'articolo 5.1 dell'Avviso pubblico, i progetti Ambito 1 IAT-R con funzione di redazione locale non possono prevedere un budget complessivo superiore € 300.000,00, la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo viene rideterminata in € 300.000,00. In fase di rendicontazione del contributo, ai fini della liquidazione dell'intero ammontare concesso, il beneficiario dovrà tenere a riferimento l'importo di € 321.368,15, ciò anche ai fini della applicazione delle percentuali previste ai paragrafi 4 e 5 del punto 5 dell'Avviso pubblico in caso di minore rendicontazione di spesa.

PUNTEGGIO: 90

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) Unione Terre di Castelli - IAT

P.G. n. 67808/2022

SEDI

1. Castelvetro di Modena (coordinamento IAT)
2. Vignola
3. Spilamberto

GESTIONE

Diretta (mista) in concessione in quota parte a Consorzio Castelvetro V.I.T.A.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'attività di Unione Terre di Castelli che in sintesi può essere espressa in "Terre di Castelli – Vivi Scopri Assapora: promozione del territorio e accoglienza turistica diffusa" si pone in diretta continuità con le azioni e le iniziative intraprese già dal 2015/2016. Nel corso degli anni, a ben vedere, il progetto del brand territoriale Vivi, Scopri, Assapora si è sviluppato, fino ad arrivare a poter sostenere che sia in grado di essere identificativo di un proprio "marchio distintivo", che sia maturo per una identità di "prodotto turistico" completo e complementare; unico ed univoco. Prodotto nel quale gli otto Comuni tendono a riconoscersi, e venire riconosciuti all'esterno. L'intento era quello di evolvere il prodotto turistico ad uno stadio più evoluto, grazie soprattutto al consapevole coinvolgimento degli operatori economici dei diversi settori, con l'obiettivo di costruire proposte (itinerari) capaci di allargare e segmentare l'offerta, allungare i tempi di permanenza, intercettare i visitatori delle città d'arte limitrofe, offrire il 'prodotto' Terre di Castelli ad integrazione e valorizzazione di percorsi più ampi (slow). Il valore aggiunto che si è cercato di ottenere, è quello di evolvere il "prodotto turistico" differenziandolo dal contesto territoriale, seppur competitivo puntando sul carattere "emozionale ed intimo" che riteniamo sia capace, pertanto, di catturare quel target di turisti consapevoli e responsabili, che amano vivere il proprio 'viaggio' in modalità lenta, esperienziale e sostenibile. Per contribuire a ciò, nel corso del tempo, si è investito nella strutturazione ed ampliamento dei Punti di Informazione e Accoglienza turistica, sia in termini di servizi offerti all'utente/turista, sia in termini di comunicazione e promozione. Il monitoraggio dei dati dimostra come il portale web, i canali social, le guide e le mappe turistiche hanno supportato e sostenuto lo sviluppo e la diffusione del brand Terre di Castelli, nell'ottica di un progressivo consolidamento di un'identità territoriale unica. Altresì, non meno importante, hanno sostenuto l'attuazione di una gestione diretta dell'informazione, accoglienza e promozione sul e del territorio, in breve una regia unica nella direzione di una crescita ed evoluzione del sistema economico locale, tale da intercettare le richieste di un mercato turistico che pare aver trovato un particolare ma fertile territorio, nelle Terre di Castelli, nella sua dimensione emozionale di turismo slow. Si conferma quindi l'obiettivo prioritario mirato al consolidamento di una rete di soggetti pubblico privati entro la quale definire il coordinamento di IAT Terre di Castelli ai fini dell'informazione e accoglienza turistica, tale da coinvolgere le singole amministrazioni comunali, i Punti di informazione e accoglienza turistica laddove presenti, Consorzi ed Associazioni di operatori economici (commercio, servizi e produzioni locali), Pro-loco e strutture museali. Puntando inoltre alla comunicazione/informazione digitale tramite il sito web www.terredicastelli.eu, mezzo che garantisce anche la promozione (gratuita) agli operatori turistici privati suddivisi in categorie specifiche utili al turista. Il sito web turistico di Unione è estremamente flessibile, garantisce al turista di reperire informazioni in base ai propri bisogni e personali interessi; offre un gran numero di itinerari tematici; una sezione blog in continuo aggiornamento con articoli specifici e variegati dedicati ad ogni target. L'Unione assicura il coordinamento di ogni attività, e il proprio supporto operativo a tutti i soggetti sopra individuati, tramite il Servizio Turismo e Marketing della Struttura Pianificazione Territoriale dell'Unione Terre di Castelli. Organizzazione che nel tempo, si è rilevata particolarmente efficace ed efficiente, anche in funzione delle diverse politiche di promozione territoriale, che saranno tese ed orientate al miglioramento del servizio con i seguenti nuovi obiettivi:

1. garantire la circolazione delle informazioni turistiche sul territorio, anche attraverso la presenza di una rete di infopoint, tale da integrare l'attività istituzionale, anch'essa adeguatamente da supportare, e costituire in tal senso una rete diffusa territoriale a servizio del turista, operatori (a.d.v. e t.o.), IAT/UIT della provincia di Modena e Destinazione Turistica Bologna-Modena;

2. ampliare il coinvolgimento dei diversi soggetti (pubblici e privati) che a vario titolo contribuiscono ad apportare quel valore aggiunto "esperienziale" e "sociale" al visitatore, contribuendo alla valorizzazione e promozione del territorio ed economie collegate, in particolare in tema agroalimentare e vitivinicolo, in stretta sinergia e coerenza con le indicazioni del territorio turistico Bologna-Modena. In quest'ottica l'obiettivo diventa una sorta di "ri-

animazione territoriale”, caratterizzata da uno stretto rapporto fra l’ente istituzione ed il privato, che con le dovute professionalità, ha lo scopo di guidare l’operatore privato verso la creazione di esperienze emozionali, aiutandolo a strutturarsi verso una accoglienza slow e responsabile.

3. sviluppo di un turismo sostenibile e responsabile mirato all’escursionismo e al cicloturismo, nell’ottica dell’intrattenimento e animazione turistica, in un territorio strategico come Unione TdC situato tra Bologna e Modena, che collega la pianura fino all’Area protetta del Parco dei Sassi di Roccamalatina. Il ‘Cammino dell’Unione’ prevede 5 tappe in 5 giorni da Vignola a Vignola, attraversando tutti i comuni di Unione dalla pianura alla montagna, e sarà il mezzo tramite il quale si potrà incentivare la permanenza nel nostro territorio e che rappresenta per unione un insieme di unicità, tra borghi e castelli, natura e paesaggi, oltre ad offrire un ricco paniere agroalimentare tipico e fonte di sviluppo degli operatori turistici privati.

(Rif. <https://www.terredicastelli.eu/itinerari/il-cammino-dellunione/>).

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

1. Impegno incisivo tra i referenti servizio turismo dei comuni Unione Tdc e Servizio Turismo e Marketing di Unione/ Staff Iat Terre di Caselli, per far conoscere il nostro territorio tramite luoghi, prodotti, eventi ed esperienze sia organizzati da enti pubblici che privati. Sollecitando comunicazione tempestiva ai fine della promozione al di fuori dei confini regionali. Previsto aggiornamento del sito web ‘www.terredicastelli.eu’ con sezione dedicata alle ‘ESPERIENZE’ principalmente enogastronomiche, volte alla conoscenza vera della produzione tipica locale di qualità in chiave slow. Miglioramento dell’efficacia della comunicazione della strategia di digital marketing con un monitoraggio della comunicazione turistica.

2. La ricerca e relativa assegnazione d’incarico a professionisti del settore (guide o accompagnatori turistici) con l’obiettivo di contattare le realtà aziendali che hanno già esperienze emozionali ed aiutarle a formulare un pacchetto turistico spendibile sia per un pubblico italiano che straniero. Successivamente, a seguito di una selezione delle attività che abbiano il potenziale per proporre esperienza ma non abbiano ancora provveduto, agire con azioni mirate e dirette, nell’aiutarli ad identificare il potenziale latente e guidarli verso un percorso di crescita dell’offerta turistica slow e responsabile. Le attività sopra esposte saranno intraprese presso le imprese, ritenendo fondamentale un contatto diretto e di prossimità.

3. Sentieristica e Cicloturismo, come l’offerta di esperienze, per Unione hanno una grande importanza: sono la risposta alla grande richiesta di turisti e visitatori italiani e stranieri. Nel corso del 2022 abbiamo concluso la nuova carta Cicloturistica di Unione terre di Castelli (Rif. <https://www.terredicastelli.eu/itinerari/itinerari-a-piedi-o-in-bicicletta/>), progetto condiviso con Ente Parchi Emilia Centrale ed inserito nel loro programma CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile) e per il 2023 abbiamo aderito con il progetto IAT TERRE DI CASTELLI PER UN TURISMO SOSTENIBILE. Si tratta di procedere a prendere in carico la gestione del ‘Cammino dell’Unione’ al fine di strutturare formalmente tutti gli aspetti, ai fini della sostenibilità stessa del progetto: verifica degli itinerari, verifica che tutti i tratti siano mantenuti e ricognizione segnaletica necessaria (già in corso, con termine nel 2022). A seguire, sarà necessario provvedere all’acquisto della segnaletica e posa, e dedicarci alla commercializzazione di pacchetti turistici.

Progettiamo la stesura di una convenzione ad hoc sui punti sopra espressi coinvolgendo: gli ideatori del Cammino che costituiranno l’omonima Associazione, Ente Parchi, Provincia di Modena e possibilmente le DMO che hanno già avviato la collaborazione con la Destinazione Bologna-Modena.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

Per quanto riguarda il primo obiettivo si prevede la necessità di un aggiornamento degli addetti inerente alla comunicazione digitale e alle strategie di digital marketing con un monitoraggio della comunicazione turistica. Per la realizzazione dell’obiettivo 2 e 3 non si prevede la necessità di formazione essendo l’azione legata al coinvolgimento di professionisti del settore.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 60.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 60.000,00

PUNTEGGIO: 71

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

3) Comune di Carpi – IAT Terre d'Argine

P.G. n. 67880/2022

SEDE

Sala Ex Poste di Palazzo Dei Pio, Piazza dei Martiri 64, Carpi.

MODALITÀ DI GESTIONE

Diretta.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

L'ufficio IAT di Carpi realizza un sistema diffuso e integrato di accoglienza ed informazione turistica. L'Ufficio gestisce la parte di biglietteria, informazione e accoglienza di eventi, attività, manifestazioni, ed esperienze in grado di promuovere il territorio e le sue eccellenze, nonché fornisce assistenza per un soggiorno gradevole e accessibile a tutti i turisti. I servizi realizzati dall'ufficio IAT di Carpi rispettano gli standard regionali previsti dalla delibera di Giunta Regionale n. 956 del 20/06/2005. Consapevoli che l'economia del turismo è stata pesantemente colpita dalla pandemia causata dal Covid-19, nel 2023, l'Ufficio IAT progetterà attività promozionali, in linea con le "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024, approvata con la deliberazione di Giunta regionale 1618/2021, dedicate anche a un turismo di vicinanza, di prossimità ed esperienziale, con particolare riferimento ai soggiorni brevi, iniziative per piccoli gruppi, eventi, turismo slow e food & wine, oltre a visite dedicate previa prenotazione. L'Ufficio intende organizzare le attività di informazione e promozione turistico - territoriale sia all'interno dei locali dell'ufficio che all'esterno attraverso stand, info - point e corner informativi dedicati in occasione di manifestazioni ed eventi che si svolgeranno sul territorio, per raggiungere il turista nel luogo in cui si trova, rispettando i criteri di accessibilità e sicurezza. È fondamentale la rete di cui li IAT fa parte creata dal DMO territoriale (Modenatur) creata dall'Ufficio per la promozione del territorio, che coinvolge diversi partner, attori e stackholder locali incluse le strutture ricettive presenti sul territorio.

OBIETTIVI

Gli obiettivi principali dell'azione dello IAT saranno:

- Miglioramento della qualità del servizio di informazione e accoglienza turistica in coordinamento con la Destinazione e tutti gli U.I.T. e I.A.T. dell'area modenese e della Destinazione Bologna-Modena;
- Miglioramento del servizio di assistenza al turista nella ricerca di disponibilità ricettiva e per la partecipazione a iniziative, eventi e manifestazioni;
- Miglioramento degli strumenti di promozione e di comunicazione sia online, digitali e audiovisivi, sia offline, con aggiornamento del sito web istituzionale e dei canali social esistenti (Facebook, Instagram e Youtube) e potenziamento del sistema informativo per le prenotazioni di eventi e manifestazioni turistiche;
- Supporto alla promozione di iniziative ed eventi locali, calendario eventi, manifestazioni, programmi di visite, mostre, esperienze, itinerari a tema;
- Sperimentazione di servizi innovativi.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Per raggiungere gli obiettivi elencati si intendono utilizzare tutti gli strumenti a disposizione: personale, addetti al front office e al back office, formazione per il personale, strumenti audio - visivi, informatici e digitali, dépliant e materiale stampa informativo per il front office e realizzazione di servizi innovativi dedicati al turista. Si intendono quindi realizzare, in particolare, le seguenti azioni:

- Realizzazione di nuove mappe della città e del territorio da distribuire gratuitamente a tutte le strutture ricettive del Comune e alle attività di attrazione turistica;
- Realizzazione di materiale grafico promozionale, coerente con la nuova immagine coordinata della Destinazione Bologna-Modena dedicata a eventi, iniziative e manifestazioni che verrà distribuito gratuitamente in tutto il territorio e nei punti di informazione turistica dell'area modenese e della Destinazione Bologna-Modena;
- Realizzazione di nuovo dépliant relativo alle strutture ricettive, di ristorazione e di accoglienza enogastronomica con relativo aggiornamento dei dati sul sito istituzionale;

- Realizzazione di materiale fotografico e audiovisivo dedicato alla promozione del territorio e delle relative eccellenze con particolare riferimento a quelle enogastronomiche;
- Organizzazione di stand promozionali e info-point in occasione di eventi e manifestazioni del territorio;
- Potenziamento del servizio innovativo di prenotazione online di eventi, manifestazioni turistiche e iniziative a servizio del turista, in coerenza con le indicazioni della Destinazione turistica.

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

La formazione professionale agli addetti dello IAT è stata realizzata in maniera approfondita nel corso del 2022 attraverso un percorso formativo integrato a un progetto finanziato dall'Unione europea; nel corso del 2022 il personale ha svolto anche il corso o l'aggiornamento delle competenze obbligatorie per legge in tema di prevenzione incendio e primo soccorso. La formazione che si intende fare nel corso del 2023 riguarda l'approccio al turista, in quanto oltre alla presenza diretta e fisica, gli ospiti richiedono informazione in maniera sempre più frequente utilizzando altri sistemi di contatto, ed in particolar modo attraverso il web. Risulta pertanto essenziale fare in modo che ogni risorsa umana impiegata a fornire questi servizi agli ospiti segua una precisa procedura ed un metodo di contatto, colloquio e risposta adeguato e conforme al sistema ospitale. Questo perché il momento di contatto con l'ospite è fondamentale; è in questa fase che il turista – reale o potenziale – si costruisce la prima impressione, sul territorio e sul suo sistema ospitale. Ma anche quando un ospite deve segnalare qualche elemento negativo o un disservizio si reca presso l'ufficio di informazione al turista; questo è un momento ancora più delicato, che deve essere gestito con estrema attenzione e sensibilità. È quindi necessario, oltre alla formazione, definire una prassi operativa comune, che tutte le risorse umane si devono impegnare a seguire nello svolgimento della loro attività. Per questo motivo e per definire l'insieme degli standard di servizio e le prassi operative si intende redigere i seguenti precisi protocolli:

1. “Manuale di Accoglienza”, con il quale vengono definiti precisi standard qualitativi sulla prestazione del servizio di informazione ed accoglienza;
2. “Protocollo per la Gestione dei Reclami”, questo importante documento indica con modalità chiare, semplici ed efficaci l'approccio utile per gestire eventuali lamentele che dovessero pervenire da parte degli Ospiti, nel momento in cui si recano presso l'ufficio IAT per segnalare un disservizio;
3. Modulo “Customer satisfaction”, si tratta di un documento utile al fine di avere indicazioni sui desiderata degli Ospiti e sulle modificazioni in termini di aspetti immateriali legati al servizio, all'ospitalità e all'accoglienza; ciò consentirà lo sviluppo di progetti di miglioramento per gli anni successivi, al fine di realizzare piani di rinnovamento su ciò che l'utente ritiene sia maggiormente importante per un soggiorno piacevole, nonché la certezza di poter di conseguenza implementare le opportunità offerte agli stessi ospiti.

I corsi da realizzare nel 2023 al fine della formazione del personale U.I.T. non saranno proiettati esclusivamente sulla teoria, ma toccheranno anche alcuni aspetti pratici che rappresentano l'essenza del servizio, con particolare riferimento alle metodologie di contatto, esponenzialmente amplificate a seguito della pandemia Covid-19. Si è infatti evidenziata una vera e propria esplosione del web, con conseguente orientamento delle proposte di servizio verso programmi più snelli e pratici. Sempre più la preparazione qualificata delle figure professionali dei servizi turistici quindi deve essere orientata al mondo dell'online, con aggiornamenti che permettano di restare sempre competitivi e appetibili in un mercato in costante evoluzione, al fine di migliorare le conoscenze personali e sviluppare un know how adeguato.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 99.000,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 99.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) Comune di Maranello - IAT

P.G. n. 67944/2022

SEDE

Via Dino Ferrari 43, 41053 Maranello, presso Museo Ferrari.

MODALITÀ DI GESTIONE

In concessione a FERRARI SPA.

RELAZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

Il Sistema Turistico Territoriale Intercomunale, formato dai Comuni di Maranello, Fiorano Modenese, Formigine, Frassinoro, Montefiorino, Palagano e Prignano s/S., si è costituito attraverso convenzione nel febbraio 2020. Nel gennaio 2021, come previsto dalla stessa convenzione, si è aggiunto un privato: le Terme della Salvarola. Dato che alla domanda di partecipazione al bando PTPL 2023 aderisce anche il Comune di Sassuolo, il territorio dei comuni partecipanti al Progetto copre una superficie totale di 424,77 km² e gli abitanti complessivi sono 119.783. 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, ma si propone di collaborare in sinergia con il sistema degli IAT Regionali e di partecipare alle politiche del turismo con lo scopo di 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", poiché esso offre esperienze per tutti i gusti: 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 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, Museo che nel 2019 ha contato la cifra record di oltre 400.000 visitatori e circa 32.500 contatti allo IAT. Nei due anni della pandemia a causa dei lock down e delle restrizioni per accedere ai luoghi della cultura, anche il museo di Maranello ha segnato un calo nel numero delle visite e, di conseguenza, anche il numero dei contatti dello IAT sono diminuiti. Nel 2021 l'Ufficio è rimasto chiuso fino a tutto il mese di aprile e i contatti sono stati 26.260. Sono nel frattempo emersi nuovi consumatori turistici, 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. Nei primi 10 mesi del 2022 l'afflusso turistico è assai cresciuto (con punte di 6000 visitatori al giorno nei mesi estivi). Il turismo 2022 conferma che sono diminuiti i visitatori giunti attraverso viaggi organizzati, a favore di visitatori con le caratteristiche appena sopra descritte: non è più un turista "mordi e fuggi", ma un viaggiatore che desidera espandere le possibilità di conoscere i territori, che possono offrire soluzioni e itinerari per un turismo short break che combina la passione dei motori con ulteriori e interessanti opportunità di esperienza.

L'Ufficio IAT presso il Museo Ferrari di Maranello è 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". Il sito maranelloplus.com è il risultato di un importante lavoro di digital marketing, che 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 sono sostenuti da una rete composta dai funzionari dei comuni, dallo IAT e dagli UIT dei territori.

Con questa configurazione del sito e con l'assetto attuale dello IAT, uno degli obiettivi di miglioramento del 2023 sarà il rafforzamento della rete di IAT diffusi. Verrà fatta una ricognizione e aggiornamento dei punti informativi collocati presso esercizi polifunzionali, edicole, agenzie viaggi, negozi, bar, ..., prevedendo, sulla base di accordi da stipularsi tra il Sistema Turistico e gli operatori del territorio, un piano di formazione gratuito a fronte dello svolgimento di un'attività di prima accoglienza turistica, che vada oltre gli orari di apertura e di risposta dello IAT.

Altro obiettivo di miglioramento sarà l'avvio della procedura volta ad ottenere il riconoscimento per l'Ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica di Maranello della funzione di "IAT R", in coerenza con le caratteristiche

disciplinate dalla Regione Emilia Romagna, che prevedono la selezione e l'individuazione di un'agenzia di viaggi, con cui stipulare uno specifico contratto per svolgere le attività di prenotazione diretta dei servizi turistici e dei pernottamenti per il territorio di riferimento. In conseguenza al riconoscimento di "IAT R" si chiederà l'adesione dello IAT del Sistema Turistico al Network per diventare Redazione Locale del Sistema d'Informazione Regionale per il Turista (SITur). Un'altra importante azione da sviluppare nel 2023 riguarda un'implementazione dell'offerta digitale del sito maranelloplus.com: saranno arricchite le sezioni del sito, partendo da quella dedicata all'enogastronomia, attraverso non solo nuove immagini e descrizioni, ma anche con narrazioni attraverso podcast dedicati. Sarà inoltre attivata di una prima forma di e-commerce per la vendita di esperienze turistiche disponibili sul sito maranelloplus.

In un territorio che è sede di importanti industrie, nel 2023 si vuole sviluppare il cosiddetto "turismo industriale" per promuovere siti ed eventi relativi alla cultura industriale. L'attività prenderà il via dall'elaborazione di un questionario da sottoporre con la modalità dell'intervista, a chi nelle aziende si occupa dell'accoglienza dei clienti. Il questionario indagherà le caratteristiche dei clienti e le necessità/disponibilità dell'azienda stessa. Le aziende, segnalate dagli EE.LL che conoscono il tessuto produttivo, verranno interessate a sperimentare forme di collaborazione per l'apertura delle aziende stesse alle visite e per la vendita di pacchetti di esperienze da utilizzare per i propri clienti.

AZIONI/INIZIATIVE CHE SI INTENDONO SVOLGERE NEL CORSO DEL 2023

Nel 2023 si attueranno le seguenti azioni:

- 1) procedura per il riconoscimento dello IAT R in coerenza con le caratteristiche disciplinate dalla Regione Emilia Romagna;
 - 1.1. Selezione di una agenzia di viaggi come richiesto per il riconoscimento di IAT R;
 - 1.2 verifica e/o acquisizione delle competenze (certificazioni linguistiche e corsi di formazione sulle materie turistiche);
- 2) Attivare lo IAT come redazione locale del Sistema d'Informazione Regionale per il Turista (SITur).
- 3) Mettere in atto azioni di rafforzamento della rete di IAT diffuso delle attività interessate al fenomeno turistico con:
 - 3.1 Indagine su fabbisogni formativi e attivazione di corsi di formazione sulle tematiche del turismo;
 - 3.2 corsi di inglese turistico;
 - 3.3 stipula di accordi tra il Sistema e i privati che entreranno a far parte del Sistema;
 - 3.4 predisposizione di materiale grafico-promozionale dedicato alla promozione dei prodotti tipici da mettere a disposizione nelle aziende aderenti alla rete;
- 4) attivazione di una prima forma di e-commerce per la vendita di esperienze turistiche disponibili sul sito;
- 5) arricchimento delle sezioni del sito, partendo dall'enogastronomia, con la predisposizione di pagine con foto e podcast dedicati;
- 6) turismo industriale
 - 6.1 elaborazione questionario da sottoporre alle aziende con domande che mireranno a capire le caratteristiche dei clienti e le necessità/disponibilità dell'azienda stessa;
 - 6.2 attivazione di contatti con le aziende del territorio interessate a sperimentare forme di collaborazione per l'apertura delle aziende stesse alle visite e per la vendita di pacchetti di esperienze da utilizzare per i propri clienti;
 - 6.3 elaborazione accordo con le aziende come al punto 3.3

DESCRIZIONE DEL PROGRAMMA DI FORMAZIONE

La formazione interesserà, con diversi livelli di intervento, sia gli addetti allo IAT e i referenti turismo dei singoli Comuni, sia le aziende del territorio che fanno parte o vorranno far parte della rete di IAT diffusi. Le iniziative di formazione devono essere ripetute e aggiornate di anno in anno per dar modo a chi ha già partecipato di rinnovare ed aggiornare le proprie conoscenze/competenze e alle aziende nuove di acquisirle. Come nelle edizioni precedenti si organizzeranno corsi di formazione che offriranno strumenti per l'auto promozione, conoscenze per assistere i turisti nella ricerca di informazioni, proposte di esperienze, itinerari ed iniziative della località di riferimento.

Saranno offerte visite guidate e gratuite per conoscere le risorse del territorio e si offriranno laboratori didattici per le aziende partecipanti per conoscere le realtà aderenti alla rete e consolidare lo spirito di collaborazione e di co-marketing della destinazione.

Si proporrà alle aziende un accordo che preveda l'obbligo di partecipare alle attività di formazione per garantire, per tutta la durata della validità dell'accordo stesso, la disponibilità ad aggiornarsi e a mantenere la qualità dell'offerta dei servizi al turista. Più nel dettaglio i corsi di formazione saranno strutturati prendendo ad esempio percorsi e progettualità di successo nell'ambito del design di destinazioni ed esperienze in linea con le esigenze

del mercato e dello sviluppo locale. Sarà proposto un percorso di accompagnamento all'innovazione di prodotto al fine di favorire la creazione di un'offerta turistica in linea con i recenti trend di mercato.

Il primo incontro si svolgerà in presenza per introdurre il percorso formativo e verranno presentati gli ultimi macro-trend del settore turistico e le buone pratiche a cui ispirarsi per costruire un'offerta in linea con i nuovi bisogni dei viaggiatori. Successivamente si svolgeranno nr. 2 incontri di formazione e co-progettazione in modalità on-line per l'innovazione dell'offerta territoriale su 2 macro-trend e linee di prodotto di riferimento che la destinazione intende sviluppare: outdoor ed enogastronomia. Alla parte teorica di formazione sulle più recenti tendenze del settore viaggi e su esempi di innovazione dell'offerta di destinazione, focalizzata su casi studio e buone pratiche relativi al trend oggetto dell'incontro sarà affiancata una fase di laboratorio di experience design per la co-creazione dell'offerta turistica territoriale con gli operatori del territorio. Un experience designer guiderà gli operatori nella progettazione di esperienze in linea con i bisogni dei visitatori in riferimento ai due trend individuati. Seguirà un workshop in presenza per la creazione di un'offerta integrata tra i diversi operatori per la creazione di pacchetti tematici territoriali. Infine sarà possibile per le aziende attivare - a richiesta - una consulenza one-to-one a prezzo concordato che fornirà all'azienda stessa un supporto più puntuale alla creazione di nuove esperienze di visita.

Ai partecipanti sarà offerto un corso di inglese turistico e, per favorire la partecipazione, le lezioni si svolgeranno in modalità on-line, saranno registrate e rese fruibili anche successivamente. I gruppi, di max 10 persone, potranno accedere alla formazione, previo placement, sulla base delle proprie competenze. Si ipotizza l'attivazione di 3 corsi di lingua inglese che, in base al livello dei partecipanti, potrà essere base o intermedio e prevedere una durata di nr. 18 ore.

Alla formazione sarà chiamato a partecipare anche il personale degli Enti che aderiscono al Sistema Turistico. Per questi, oltre alla partecipazione ai corsi di formazione attivati per il consolidamento della rete di IAT diffusi, sarà consolidata l'attività di redazione del sito maranelloplus e di condivisione del piano di comunicazione in base alla programmazione degli eventi nei territori. La formazione per gli addetti allo IAT sarà mirata, oltre a mantenere i requisiti prescritti dalla normativa regionale, anche a rafforzarlo come luogo di promozione dei territori del Sistema Turistico.

TOTALE SPESE PREVISTE: € 68.200,00

TOTALE SPESE AMMISSIBILI: € 68.200,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

**PTPL 2023 – AMBITO 1
SERVIZI TURISTICI DI BASE
MODENA**

Richiedente		Sede uffici	Piano finanziario iniziale	Spese ammissibili	Punteggio	Fascia di valutazione
1	Comune di Modena (IAT-R)	<p>1. IAT - Ufficio Informazioni e accoglienza turistiche: Piazza Grande 14.</p> <p>2. Ufficio di informazioni turistiche e servizibiglietteria bus: Piazza Dante Alighieri.</p> <p>3. Ufficio di Informazioni Turistiche presso la Fiera di Modena: c/o Fiera di Modena, Viale Virgilio 70/90</p>	€ 321,368,15	€ 300.000,00	90	ALTA
2	Unione Terre di Castelli (IAT)	<p>1. Castelvetro di Modena (coordinamento IAT)</p> <p>2. Vignola</p> <p>3. Spilamberto</p>	€ 60.000,00	€ 60.000,00	71	MEDIA
3	Comune di Carpi (IAT)	Sala Ex Poste di Palazzo Dei Pio, Piazza dei Martiri 64, Carpi	€ 99.000,00	€ 99.000,00	60	BASSA
4	Comune di Maranello (IAT)	Via Dino Ferrari 43, 41053 Maranello, Museo Ferrari	€ 68.200,00	€ 68.200,00	80	ALTA
TOTALI			€ 548.568,15	€ 527.200,00		



**TERRITORIO TURISTICO
BOLOGNA-MODENA**

P.T.P.L. 2023

AMBITO 2

**INIZIATIVE
DI PROMOZIONE TURISTICA
DI INTERESSE LOCALE**

INDICE PROGETTI AMBITO 2

Bologna

1) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - Crinali 2023	54
2) Comune di Lizzano in Belvedere - Arte in Appennino	57
3) Comune di Alto Reno Terme - L'Appennino Ritrovato: escursioni, natura e cultura alla scoperta del territorio. Edizione 2023	60
4) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - Lagolandia 2023	63
5) Comune di Zola Predosa - Zola Jazz&Wine... Crocevia e delizie. Edizione 2023	66
6) Comune di Dozza - XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza	70
7) Comune di Imola - Bacchanale 2023. Rassegna culturale ed enogastronomica	73
8) Unione dei Comuni Savena Idice - Anello delle grandi Vie in e-bike: Flaminia Minor, Via Mater Dei e Via del Fantini	76
9) Nuovo Circondario Imolese - Be In Wonderland - culture sport nature in Imola area	79
10) Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l.- Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovía del Santerno: una promozione integrata per il territorio circondariale	82
11) Unione Reno Galliera - La Ciclovía del Reno: un nuovo brand nella promozione turistica della Pianura bolognese	86
12) YODA APS - IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	88
13) Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. - The Sound of Imola per il territorio Terre&Motori	96
14) Comune di Castel San Pietro Terme - La Notte Celeste 2023 – Terme in festa	99
15) Associazione Culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape - Narrative Italian Landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l'accessibilità culturale	103
16) Associazione Vitruvio A.s.d. - Aldrovandi Mazzacorati, Malvasia... di Villa in Villa	110
17) Comune di Castel San Pietro Terme - Outdoor Tours: turismo sostenibile ed esperienziale	114
18) Associazione Turistica Pro Loco Castel San Pietro Terme APS - "L'Antico Castello". Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna – XIII edizione	118
19) Associazione Vitruvio A.s.d. - Orme sull'acqua	121
20) Comune di San Giovanni in Persiceto - Emozionarsi in Pianura	126
21) Mutua Salsamentari 1876 Bologna - Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.	128
22) Pro Loco di Minerbio APS - Festa medievale Corte Isolani	133
23) Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica	134
Tabella di sintesi Bologna	135

Modena

- 1) Comune di Pavullo Nel Frignano (MO) - Marketing e Promozione turistica del territorio pavullese.
Pedalare e Camminare: 4 nuovi itinerari per la promozione turistica del territorio 138
 - 2) Comune di Modena - “Lost in Modena” Campagna di influencer marketing e digital PR
per la promozione turistica del territorio modenese 141
 - 3) Comune di Carpi - Taste of Carpi. Turismo, Cultura, Food & Wine 144
- Tabella di sintesi Modena 146

BOLOGNA

1) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese – *Crinali 2023*

P.G. n. 67140/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Marzabotto
2. Comune di Vergato
3. Comune di Castel D'Aiano
4. Comune di Grizzana Morandi
5. Comune di Gaggio Montano
6. Comune di Castel di Casio
7. Comune di Camugnano
8. Comune di Castiglione dei Pepoli
9. Comune di Monzuno
10. Comune di San Benedetto Val di Sambro

DESCRIZIONE SINTETICA

L'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese gestisce la funzione turistica degli 11 comuni afferenti. Crinali 2023 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 strategico programmatico pluriennali 2021-2023 elaborate dalla destinazione turistica Bologna Metropolitana, 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, musicisti 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 quarta edizione, il consenso ottenuto è stato significativo. Nel 2022 abbiamo messo in scena 70 appuntamenti con la presenza di 15.000 partecipanti. Altro aspetto significativo, già presente nelle passate edizioni che tornerà anche per la programmazione 2023, saranno gli eventi presentati all'interno dell'area archeologica di Kainua a Marzabotto, nel castello della Rocchetta Mattei a Riola, 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 Campiaro 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. L'edizione 2023 si svolgerà da maggio a dicembre, coinvolgendo più di 100 artisti, tra cui: in ambito teatrale Silvio Orlando, Marco Paolini, Teresa Mannino, Elena Sofia Ricci; in ambito musicale per ciò che attiene il Jazz Paolo Fresu, per le tradizioni musicali dell'Appennino Tosco Emiliano Banda Italiana, per la word music Simone Zanchini; in ambito circense innumerevoli artisti facenti parte dell'associazione Arter Ego.

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 treksoft, 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 che permetterà di ottenere uno sconto nella rete delle ristorazioni e della recettività presente nei comuni e nei luoghi in cui si svolgerà il festival.
4. Sulla base delle location scelte, stiamo selezionando un centinaio di artisti a cui è affidata la narrazione di questo territorio.
5. La nostra programmazione avrà come obiettivo significativo il costruire l'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 per la prima volta 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.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Outdoor: cammini, ciclovie, trekking

MERCATI DI INTERVENTO

Turismo di prossimità

SEGMENTI DI DOMANDA

Il progetto è stato concepito per raggiungere questi diversi segmenti di domanda: rurale sportivo, rurale benessere, pleasure. Per soddisfare tali profili il progetto ha potenziato offerte legate ai percorsi ed agli itinerari, alle visite guidate, ad un'attività enogastronomica e alla scoperta delle emergenze culturali di questo territorio. Il tutto attraverso un approccio slow e sostenibile.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

I territori dei 10 comuni dell'Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Nell'ottica di una collaborazione di promozione turistica di livello regionale, sono previste collaborazioni con rassegne quali Puglia Sound, Crossroads Jazz.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Da maggio a dicembre 2023

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Il festival sta attivando possibile collaborazione con imprese che si occupano di promo commercializzazione, come Slow Emotion, ViviAppennino, Appennino Geopark, Foiatonda, Appennino Slow.

ALTRO

Tutti gli eventi si caratterizzeranno per un consumo energetico minimale. Infatti il Festival Crinali eviterà qualsiasi impatto ambientale, in particolare molto spesso andranno in scena spettacoli in acustico, senza allestimenti invasivi e con risparmi energetici sul versante sei service utilizzati.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. Sopraluoghi	Documentazione video e fotografica
2. Piattaforma trekksoft	Contratto con Bologna Welcome
3. Voucher	Adesione alla scoutistica da parte della rete commerciale e ricettiva del territorio
4. Selezione artisti	Contratti di scrittura
5. Favorire pernottamenti	Verifica arrivi/presenze

6. Guide professionali	Accordi e contratti
7. Appuntamenti dedicati alle famiglie	Autorizzazione utilizzo loghi network
8. deontologia	Contratti di Scrittura

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 46.360,00

SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

L'istanza di contributo presenta un costo complessivo di progetto di € 46.360,00 ammissibile per l'intero importo. Poiché, ai sensi dell'articolo 5.2 dell'Avviso pubblico, i progetti Ambito 2 non possono prevedere un budget complessivo superiore a € 40.000,00, la spesa ammessa ai fini della quantificazione del contributo viene rideterminata in € 40.000,00. In fase di rendicontazione del contributo, ai fini della liquidazione dell'intero ammontare concesso, il beneficiario dovrà tenere a riferimento l'importo di € 46.360,00, ciò anche ai fini della applicazione delle percentuali previste ai paragrafi 4 e 5 del punto 5 dell'Avviso pubblico in caso di minore rendicontazione di spesa.

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

2) Comune di Lizzano in Belvedere - *Arte diffusa in Appennino: laboratori, escursioni, proiezioni e musica*

P.G. n. 67234/2022
Integrazione P.G. n. 70774/2022
Integrazione P.G. n. 70834/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Alto Reno Terme
2. L'Associazione Porretta Cinema (privato)
3. La Cooperativa Madreselva (privato)
4. L'Associazione Cinema la Pergola (privato)
5. La Cineteca di Bologna (privato)
6. Farmacia "Val Carlina" (privato)

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto denominato "Arte diffusa in Appennino: laboratori, escursioni, proiezioni e musica", è un prodotto che unisce una rete di realtà del territorio che hanno deciso di unirsi e intrecciare esperienze e competenze per riappropriarsi di luoghi di infinita bellezza attraverso le arti performative, il cinema e la musica e il racconto del territorio: spettacoli cinematografici, teatro, musica, danza in dialogo con la natura, tour panoramici con guide esperte, attraverso la collaborazione con il Comune di Alto Reno Terme e gli Uffici IAT territoriali, associazioni e operatori economici locali, sempre al servizio dei turisti di tutta l'area, al fine di formare una rete composta da 6 da soggetti pubblici e privati, il tutti accomunati da una lunga e comprovata esperienza nel campo dell'educazione, turismo, cinema e cultura. La centralità di ognuno nel progetto sarà vissuto come uno scambio di conoscenze, esperienze e di collaborazione realizzativa. I partner Cinema teatro la Pergola - Cineteca di Bologna, Cooperativa Madreselva, Micce, Teatro Testoni, collaboreranno anche con il Teatro Testoni di Bologna e la comunità scolastica ed educatrici per la crescita e il benessere dei piccoli/giovani della montagna, presentando un prodotto consolidato e di successo "LOOK UP", che ha ottenuto i contributi di Bologna Estate. L'Associazione Porretta Cinema, ispirata dalla passione per il cinema, con la volontà di allargare l'offerta culturale del territorio e proseguire l'esperienza ormai decennale del Festival del Cinema di Porretta Terme iniziato nel 2002, prevede la proiezione di film in alcune serate estive nel suggestivo scenario del Rufus Thomas Park in pieno centro storico a Porretta Terme, con 2 proiezioni per bambini/ragazzi con film di animazione. Con gli operatori economici si intendono sostenere azioni di affiancamento, coordinamento, organizzazione e promozione, del noto progetto "Corno Shuttle", che prevede per il 2023 nuove emozionanti esperienze.

Il progetto prevede la realizzazione di un calendario di iniziative che coinvolgano anche i più piccoli e le famiglie, volto a permettere la scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Le iniziative sono fruibili gratuitamente in modo da incentivare il pernottamento e la fruizione di servizi ricettivi, di ristorazione e commercio locale. Il programma 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.). Un potenziale turistico poco valorizzato, ma con una attrattiva straordinaria soprattutto nell'era post-covid in cui ci troviamo. I servizi a disposizione del turista:

- ❖ Look Ap è una rete, un progetto di arte diffusa in Appennino che intreccia realtà culturali e linguaggi diversi, un nuovo modo di vivere la montagna. Look Ap è un programma di incontri, laboratori, attività ed eventi pensati principalmente per bambini e bambine dove possono giocare con materiali di recupero, ascoltare storie e musiche di paesi lontani; possono perdersi nel bosco e lungo i sentieri, immergendosi totalmente nella natura e scoprendone le sue bellezze. Una proposta che mescola linguaggi e punti di vista diversi, che attraversa latitudini e longitudini di un pianeta piccolo, piccolo: laboratori, proiezioni, spettacoli e incontri per riflettere e immaginare altri modi di abitarlo. Un programma pensato per bambine e bambini per scoprire e giocare con le figure fantastiche che popolano leggende e tradizioni e le creature che abitano boschi e sentieri. Il festival si svolge all'interno del comune di Lizzano in Belvedere gli eventi interessano le piazze dei borghi, i sentieri, i rifugi e i boschi. In particolare il Rifugio Segavecchia gestito dalla Cooperativa Madreselva offre lo spazio, l'appoggio e un punto ristoro per laboratori, passeggiate tematiche e concerti. Mentre il Cinema teatro la Pergola 7 (Cineteca di Bologna), propone proiezioni per bambini e bambine in linea con le tematiche del festival. Infine,

da quest'anno la biblioteca di Lizzano in Belvedere Il Martignano gestita dal Gruppo Studi Il Capotauro ospiterà letture, laboratori e presentazioni di libri con illustratrici e scrittori. Gli artisti: il festival coinvolge illustratori della zona, gli operatori della Cineteca di Bologna, le guide escursionistiche ed educatori ambientali della Cooperativa Madreselva, gli attori del Teatro Testoni, gli artisti e performers dell'Associazione Micce, musicisti locali e associazioni del territorio.

- ❖ Al fine di accrescere sempre di più la qualità del calendario eventi estivo del Comune di Alto Reno Terme e in collaborazione con il Comune di Lizzano in Belvedere e con Porretta Cinema, il progetto su Porretta Terme prevede la proiezione di film in alcune serate estive nel suggestivo scenario del Rufus Thomas Park in pieno centro a Porretta Terme. Verrà dato spazio a film adatti ad ogni tipologia di pubblico con ingresso gratuito e introduzione da parte degli esperti facenti parte dell'Associazione Porretta Cinema. L'Associazione Porretta Cinema nasce nel 2011, ispirata dalla passione per il cinema, con la volontà di allargare l'offerta culturale del territorio e proseguire l'esperienza ormai decennale del Festival del Cinema di Porretta Terme iniziato nel 2002 e nato dalla volontà dell'allora amministrazione comunale di Porretta Terme. L'avvio dell'Associazione nasce con l'obiettivo di far crescere la manifestazione Festival del Cinema di Porretta Terme arricchendo il programma con iniziative sempre più qualificanti e raggiungere un pubblico sempre più vasto e variegato, per offrire agli appassionati del cinema uno spazio in più in cui potersi trovare a contatto diretto con i grandi interpreti. Il Porretta Cinema è un'associazione senza scopo di lucro di Promozione Sociale e vive grazie all'apporto di molti volontari che vivono sul territorio dell'Appennino bolognese o ad esso sono legati.
- ❖ Dal mese di luglio, il tipico pulmino rosso della City Red Bus, arriva al Corno alle Scale con Corno Shuttle, grazie all'iniziativa realizzata in collaborazione degli operatori economici del territorio rappresentati dal partner "Farmacia Val Carlina" che i rispettivi Comuni intendono sostenere con azioni di affiancamento, coordinamento, organizzazione e promozione con la stampa di materiale (manifesti e volantini). Questo progetto che viene realizzato per il terzo anno consecutivo, dal 2022 ha coinvolto le nuove Terme di Porretta e il Comune di Alto Reno Terme ed eXtraBO. Per il 2023 oltre ai tour legati alla Linea Gotica e al Biodistretto, si prevedono nuovi tour dedicati al film di Pupi Avati "Una Gita Scolastica", che coinvolgeranno i borghi di Castelluccio, Madonna dell'Acero, Poggiolforato e il Lago Scaffaiolo e le terme di Porretta. Un'iniziativa che accompagnerà i nostri turisti tra borghi, cascate e punti di interesse nel Comprensorio del Corno alle Scale per tutta l'estate. Il servizio sarà inoltre attivo in tutti i weekend di luglio e agosto, con itinerari diversificati, accompagnati da una guida turistica, per vivere esperienze con interessanti negli agriturismi, soste per scattare foto panoramiche e visite a santuari, musei e punti di interesse e per scoprire il territorio comodamente seduti sul pulmino. La Guida sarà a disposizione del cliente per qualsiasi necessità turistica, grazie a una rete di contatti che permetta un'informazione territoriale, accessi privilegiati, possibilità di aperture di musei, chiese e santuari e quant'altro per la soddisfazione del cliente stesso.

AZIONI

1. Calendari di attività delle tre linee di azioni presentate, che si svolgeranno dal mese di giugno al mese di Settembre 2023.
2. Organizzazione e realizzazione della campagna promozionale, attraverso, volantini, manifesti, canali social e istituzionali.
3. Organizzazione e coordinamento tra gli uffici di informazione IAT, per informazioni, prenotazioni e necessità turistiche dei clienti.

La promozione del progetto è parte fondamentale per permettere la diffusione del calendario delle iniziative e la conseguente adesione. Azioni di comunicazione e marketing:

- Realizzazione di dépliant affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e IAT 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, www.cornoallescale.net, Discover Alto Reno Terme, Bologna Welcome, ExtraBo. Vivi Appennino Bolognese e altri siti locali;
- Divulgazione del progetto attraverso il calendario Bologna Estate 2023, grazie al bando indetto dalla Città Metropolitana in caso di superamento della soglia di ammissibilità per rientrare nel cartellone estivo;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook e Instagram di Visit Corno Alle Scale e Discover Alto Reno Terme, Cooperativa Madreselva, City Red Bus e utilizzo di canali di

comunicazione come radio, webradio, giornali e quotidiani locali e il servizio Whatsapp del Comune di Lizzano in Belvedere;

- 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;
- Presentazione del progetto e delle escursioni nello spazio eXtraBO eventi, nel centro di Bologna, con un intervento dedicato.

Obiettivi:

- Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche);
- Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi;
- Far apprezzare il territorio andando oltre ai puri confini comunali, svolgendo pubblicità d'immagine, valorizzando alcune eccellenze quali l'ambiente naturale, la storia e cultura, l'arte, l'enogastronomia e le produzioni locali;
- Favorire il rafforzamento tra il territorio e i suoi visitatori;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive, nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- Creazione di pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti;
- Fidelizzazione del turista in visita, in modo che si generi anche un buon passaparola.

SEGMENTI DI DOMANDA e MERCATI DI INTERVENTO:

A chi ci 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 cittadini che pur vivendo in questi territori, non ne conoscono la storia e le bellezze.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Progetto da rendere operativo nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre 2023

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

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 di Alto Reno Terme.

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) sfruttando i numerosi eventi dell'area Appennino per arricchire l'offerta turistica.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Numero di escursioni in gruppo	Registrazione dei partecipanti
Numero di escursioni personalizzate	Registrazione dei partecipanti

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 24.613,00

SPESE AMMISSIBILI: € 24.613,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

3) Comune di Alto Reno Terme - *L'Appennino Ritrovato: escursioni, natura e cultura alla scoperta del territorio*

P.G. n. 67386/2022
Integrazione P.G. n. 67390/2022
Integrazione P.G. n. 70839/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Lizzano in Belvedere
2. Appennino Geopark ASD (privato)

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto denominato “L'Appennino Ritrovato”, nato nel 2016 e finanziato dal Comune di Alto Reno Terme, è un prodotto consolidato che ha saputo rinnovarsi di anno in anno, sempre al servizio dei turisti di tutta l'area. Una guida ambientale escursionistica, regolarmente autorizzata dalla Regione Emilia Romagna, predispone e organizza visite guidate nei boschi, nei tantissimi borghi e luoghi caratteristici di tutto l'Appennino con focus particolare sui comuni finanziatori. In vista di una più estesa collaborazione tra comuni limitrofi, il progetto diventa di ampio raggio offrendo un pacchetto di escursioni su tutto il territorio circostante a partire dai bellissimi sentieri dei Parchi Regionali (Laghi e Corno alle Scale), alla visita dei tanti borghi e centri cittadini, santuari, chiese, castelli, nonché aziende locali di prodotti tipici, per una valorizzazione naturalistica, culturale enogastronomica locale a tutto tondo. Le escursioni guidate rappresentano certamente una modalità intelligente per stimolare un turismo di qualità e produrre conoscenza attraverso la scoperta del territorio appenninico, così ricco di storia, di tradizioni, di arte e di bellezze naturali. Negli anni precedenti le escursioni estive sono state apprezzate e molto richieste tanto che i posti disponibili non sono mai stati sufficienti a coprire la domanda. Proprio per questo l'obiettivo principale è quello della collaborazione con altri Comuni in modo da far sì che il progetto cresca sempre di più e riesca a coprire tutta la stagione estiva e parte di quella autunnale. Visto il protocollo d'intesa turistica con il Comune di Lizzano in Belvedere e la collaborazione ben riuscita nella scorsa edizione dell'iniziativa, abbiamo deciso di rinnovare l'intesa.

Il progetto prevede la realizzazione di un calendario escursionistico volto a permettere la scoperta dell'Appennino Tosco-Emiliano. Le escursioni guidate 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 locale. Il programma 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.). Un potenziale turistico poco valorizzato, ma con una attrattiva straordinaria soprattutto nell'era post-covid in cui ci troviamo. I servizi a disposizione del turista:

- Un calendario di escursioni guidate, programmate durante il week end, di durata variabile di poche ore, mezza giornata o giornata intera, in modo da incontrare le esigenze di visitatori e famiglie senza allenamento particolare, ma anche l'interesse di escursionisti più esperti. Per gli spostamenti dei partecipanti nel territorio appenninico, è previsto l'utilizzo della propria auto o di mezzo di trasporto locale.
- Possibilità di escursioni guidate personalizzate (i clienti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi) contattando direttamente la Guida al di fuori delle escursioni programmate, utilizzando l'auto propria per gli spostamenti.
- La Guida rimane a disposizione del cliente per qualsiasi necessità turistica, grazie a una rete di contatti che permetta un'informazione territoriale, accessi privilegiati, possibilità di aperture di musei, chiese e santuari e quant'altro per la soddisfazione del cliente stesso. Progetto da rendere operativo nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre 2022.

AZIONI

1. Calendario di escursioni guidate durante il week-end nei punti di maggiore interesse del territorio. Due escursioni guidate a settimana di cui la domenica una visita guidata turistica o escursione facile a piedi partendo dai centri dei comuni partecipanti; il sabato escursione tematica di vario livello di difficoltà nei molti sentieri CAI del territorio (previsti spostamenti con auto propria dei partecipanti).
2. Escursioni guidate personalizzate contattando direttamente la guida. Lunedì possibilità di escursione personalizzata (i clienti possono scegliere l'escursione in base ai propri interessi) contattando direttamente la

Guida. Per gli spostamenti si utilizza l'auto propria.

3. Disponibilità telefonica da parte della Guida sette giorni su sette, per informazioni e necessità turistiche dei clienti.

Azioni di comunicazione e marketing: la promozione del progetto è parte fondamentale per permettere la diffusione del calendario escursionistico e la conseguente adesione.

- Realizzazione di un dépliant pieghevole dell'offerta escursionistica affinché possa essere presente in tutte le strutture ricettive e IAT 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 2023, grazie al bando indetto dalla Città Metropolitana in caso di superamento della soglia di ammissibilità per rientrare nel cartellone estivo;
- Utilizzo di strumenti di comunicazione social media (web marketing) attraverso le pagine Facebook della guida turistica "Michela Marcacci - GuidAppenninoTrekking", "L'Appennino Ritrovato" e 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;
- Presentazione del progetto e delle escursioni nello spazio eXtraBO eventi, nel centro di Bologna, con un intervento dedicato.

Obiettivi:

- Miglioramento dei servizi turistici di base (accoglienza, informazione e offerta di attività turistiche); o Creazione di una buona rete turistica cooperativa tra territori diversi;
- Far apprezzare il territorio andando oltre ai puri confini comunali, svolgendo pubblicità d'immagine, valorizzando alcune eccellenze quali l'ambiente naturale, la storia e cultura, l'arte, l'enogastronomia e le produzioni locali;
- Favorire il rafforzamento tra il territorio e i suoi visitatori;
- Accrescere le presenze nelle strutture ricettive, nelle strutture della ristorazione e commercio locali;
- Creazione di pacchetti turistici dedicati, per la valorizzazione dei servizi offerti;
- Fidelizzazione del turista in visita, in modo che si generi anche un buon passaparola.

SEGMENTI DI DOMANDA e MERCATI DI INTERVENTO

A chi ci 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 cittadini che pur vivendo in questo territorio, non ne conoscono la storia e le bellezze.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Progetto da rendere operativo nei mesi di giugno, luglio, agosto e settembre 2022.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

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 di Alto Reno Terme.

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) sfruttando i numerosi eventi dell'area Appennino per arricchire l'offerta turistica.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI:

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Numero di escursioni in gruppo	Registrazione dei partecipanti
Numero di escursioni personalizzate	Registrazione dei partecipanti

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 9.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 9.000,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

4) Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese - Lagolandia 2023

P.G. n. 67477/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Castel di Casio
2. Comune di Camugnano
3. Comune di Castiglione dei Pepoli
4. Comune di San Benedetto Val di Sambro;
5. Articolture.

DESCRIZIONE SINTETICA

Lagolandia nasce nel 2014 come iniziativa culturale di promozione dei laghi di Brasimone e Suviana (Comune di Camugnano). Il progetto muove dall'intenzione di valorizzare le bellezze ambientali del territorio e le sue eccellenze, attraverso modalità di fruizione ed esplorazione originali e un programma di iniziative volte a rilanciare il dinamismo locale e i flussi turistici della zona appenninica, con l'obiettivo di scoprire nuove forme dell'abitare e del turismo sostenibile. Il nome rimanda volutamente all'idea di parco tematico, del divertentismo e dei mondi "artificiali" tradizionalmente legati a questo tipo di strutture, ma ne interpreta in modo particolare il significato, dimostrando come possa essere lo stesso ambiente naturale e paesaggistico a rivelarsi attrattivo: riscoprire e frequentare luoghi e situazioni sani e sensati, per riprendersi dall'anestesia dell'inquinamento cittadino o per rinsaldare le radici della propria appartenenza. Il progetto si basa sulla condivisione, sulla consapevolezza e il rispetto dell'ambiente, e sull'approfondimento di tematiche sociali di rilievo, come l'attenzione per il territorio, la cultura come elemento identitario, il valore del bene comune, l'uso equo e ragionevole delle risorse energetiche. L'intenzione è costruire un micro-mondo positivo dove l'utenza possa partecipare attivamente, attraverso un approccio genuino, positivamente "grezzo" e schietto, e grazie a una reinterpretazione contemporanea della tradizione locale: da qui il concept del "ritorno alla villeggiatura" e la costruzione di reti ed economie di prossimità come approccio manageriale, per riattualizzare quell'epoca non lontana in cui relax e svago nelle "stazioni climatiche", a pochi chilometri dalle città, erano abituali. In quanto decimo anno, l'edizione 2023 vuole suggellare un percorso lungo e importante sia dal punto di vista culturale che dello sviluppo territoriale, segnando un primo bilancio dell'esperienza. Il format, quindi, verrà nuovamente ripensato in tal senso, per potenziarne il portato concentrando le energie e l'attenzione su un unico evento più lungo, di almeno 4 giornate (idealmente giovedì/domenica), da calendarizzarsi in piena estate sulla base delle disponibilità dei Comuni ospitanti. L'edizione, infatti, tratterà idealmente e seguirà un sentiero che collega tutti e quattro i laghi su cui si è svolta la manifestazione, concependo l'evento sia come unitario – per cui un gruppo di camminatori potrà aderire all'intero percorso –, sia come la composizione di una serie di segmenti, a cui è possibile aderire singolarmente. I "sentieri culturali" rimangono il fulcro della manifestazione: esplorazioni tematiche condotte da una guida ambientale e un ospite di rilievo, che interpreta il cammino secondo la propria sensibilità e competenza. Lezioni en plein air, letture, performance live verranno studiate appositamente per coprire "in staffetta" le tratte di cammino che il gruppo principale deve affrontare nella specifica giornata, in base alle specifiche durate e livello di difficoltà, grazie al coinvolgimento di autori, artisti, scienziati, docenti, intellettuali e camminatori, che sono chiamati sull'Appennino bolognese per condividere le proprie esperienze e raccontare in modo inedito il nostro paesaggio. In particolare, il programma intende coinvolgere le punte di diamante tra gli ospiti della manifestazione nelle precedenti edizioni, coloro che hanno lasciato un'impronta particolarmente significativa e/o che sono in grado di condurre una riflessione "panoramica" e "prospettica" su Lagolandia. Ciascuna proposta è comunque elaborata secondo una logica di qualità, originalità e pertinenza dell'offerta per il territorio di riferimento, e sul coinvolgimento dello spettatore come parte attiva. Si ipotizzano quindi oltre dieci eventi, tra stanziali e in movimento, dove diverse tipologie di pubblico possono incontrarsi e ritrovarsi, sia in cammino che ai campi-base allestiti a bordo lago, anche grazie all'utilizzo di navette per la facilitazione della logistica. I campi-base a bordo lago rimangono i punti di riferimento per le attività varie di intrattenimento e approfondimento culturale, dove verranno coniugate iniziative per bambini, incontri, laboratori, reading e live musicali, con momenti di svago e relax, tra ombrelloni e sedie rigorosamente vintage. Nel caso dell'edizione, i campi base saranno allestiti in maniera più dinamica, come una sorta di circo-viaggiante. La programmazione serale, infine, sarà volta a incentivare la permanenza del pubblico sul territorio e prevedrà, a seconda della location, una proposta musicale live, un incontro di pregio o la messa in scena di uno spettacolo teatrale. In particolare, per l'edizione 2023 si auspica di poter riproporre la fortunata esperienza del 2019 all'interno dell'Edificio PEC del Centro di Ricerche Enea Brasimone, che per la prima volta nella sua storia ha ospitato uno spettacolo teatrale, offerto dalla compagnia Archivio Zeta e premiato con due repliche sold out. Ipotesi ospiti 2023 In qualità di guide dei sentieri culturali: Franco Farinelli (geografo e scrittore), Gianluca Petrella

(musicista), Luigi Nacci (scrittore camminatore), Maurizio Carucci (musicista), Andrea Bianchi (camminatore bare- footer), Ugo Cornia (scrittore), Teatro delle Ariette (compagnia teatrale), Davide Fischanger (promotore della lettura per bambini), la Repubblica Nomade di Antonio Moresco, Lorenzo Monaco (divulgatore scientifico), Alessandro Vanoli (storico), Beniamino Sidoti (scrittore), Alessandro Tampieri e Cristiana Raggi (attori), Alessandra Cussini (scrittrice). Eventi serali: Nada, Luca Mercalli, Archivio Zeta, Alessandro Barbero.

AZIONI

1. In sintonia con i programmi di promozione turistica della Destinazione (PPCT), l'edizione tratterà idealmente un sentiero che collega tutti e quattro i laghi su cui si è svolta la manifestazione;
2. in collaborazione con Bologna Welcome, con il supporto di eXtraBO e della Redazione Appennino, il programma di Lagolandia 2022 sarà inserito nelle offerte che la città di Bologna, promuove per il territorio, oltre ad essere inserito nel cartellone di Bologna Estate.
3. La programmazione avrà anche come obiettivo significativo il costruire l'offerta turistica attua a favorire i pernottamenti nelle strutture turistiche presenti in Appennino.
4. 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, alcuni eventi saranno pensati per le famiglie.
5. In tutti gli interventi artistici verrà rispettato il protocollo deontologico: versamenti enpals, inps, condizioni di lavoro nel rispetto delle norme di sicurezza.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Outdoor: cammini, ciclovie, trekking.

MERCATI DI INTERVENTO

Turismo di prossimità.

SEGMENTI DI DOMANDA

Il progetto è stato concepito per raggiungere questi diversi segmenti di domanda: rurale sportivo, rurale benessere, leisure. Per soddisfare tali profili il progetto ha potenziato offerte legate ai percorsi ed agli itinerari, alle visite guidate, ad un'attività enogastronomica e alla scoperta delle emergenze culturali di questo territorio. Il tutto attraverso un approccio slow e sostenibile.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Castel di Casio, Camugnano, Castiglione dei Pepoli, San Benedetto Val di Sambro.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Dal 13 al 16 luglio.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

L'attività promozionale si rapporterà ai soggetti che nel territorio di Lagolandia si occupano di promozione e commercializzazione: Appennino Slow, Bologna Welcome, Foiatonda.

ALTRO

Tutti gli eventi si caratterizzeranno per un consumo energetico minimale. Infatti Lagolandia eviterà qualsiasi impatto ambientale, in particolare molto spesso andranno in scena spettacoli in acustico, senza allestimenti invasivi e con risparmi energetici sul versante dei servizi utilizzati.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. Ideazione di un sentiero che collega i 4 laghi coinvolti nel progetto	Realizzazione incontri sul territorio con il coinvolgimento del parco dell'Emilia Orientale e di rappresentanti delle sezioni CAI
2. Eventi ed animazioni	Numero eventi e animazioni realizzati e numero

	presenze, verificate tramite i Borderaux Siae
3. Favorire pernottamenti	Verifica arrivi/presenze
4. Appuntamenti dedicati alle famiglie	Autorizzazione utilizzo loghi network
5. deontologia	Contratti di Scrittura

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 38.430,00

SPESE AMMISSIBILI: € 38.430,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

5) Comune di Zola Predosa - Zola Jazz&Wine... Crocevia e delizie. Edizione 2023

P.G. n. 67546/2022
Integrazione P.G. n. 70822/2022
Integrazione P.G. n. 71532/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Casalecchio di Reno
2. Comune di Monte San Pietro
3. UIT di Zola Predosa, Palazzo Albergati SPA, Area Museale Ca' Ghironda, Consorzio Pignoletto dell'Emilia Romagna, Rete di Proloco Reno Lavino Samoggia, 6 aziende private vitivinicole, Centro Socio Culturale S. Pertini e Proloco di Zola Predosa quali collaboratori e ospitanti gli eventi.

DESCRIZIONE SINTETICA

Zola Jazz&Wine è la Rassegna ideata dal Comune di Zola Predosa che conta nella sua storia 23 edizioni, sempre patrocinate da Regione Emilia-Romagna e Città Metropolitana ed inserita in cartelloni importanti come "Crinali" e "Bologna Estate". La cifra che caratterizza la Rassegna è l'abbinamento della musica jazz con il vino, il paesaggio e le eccellenze enogastronomiche del territorio che, nelle varie edizioni, ha richiamato pubblico da tutta la regione e non solo. Nel tempo la rassegna si è sviluppata, arricchita, adattandosi ai vari contesti e alle contingenze ed ha superato i "confini" del territorio in cui ha trovato l'origine portando Zola Jazz Wine nei Comuni di Casalecchio di Reno e Monte San Pietro in una collaborazione che ha permesso di valorizzare al meglio e in maniera sinergica il territorio e le eccellenze enogastronomiche di una periferia del bolognese con molte valenze e potenzialità culturali, gastronomiche e turistiche. La partecipazione di pubblico è sempre stata alta con punte di 2000 partecipanti provenienti da vari comuni della Regione Emilia Romagna (circa 33) e non solo e, anche nel periodo pandemico, la Rassegna ha sperimentato nuove formule che ne hanno garantito la realizzazione nella piena soddisfazione dei partecipanti. Per l'edizione 2023 Zola Jazz&Wine si propone di andare ancora oltre i confini percorrendo traiettorie musicali che ci porteranno verso Modena promuovendo, scoprendo e riscoprendo musicisti jazz bolognesi e modenese nel solco di un jazz emiliano sviluppatosi in un territorio "Crocevia" che ha amplificato sia le convergenze che le influenze delle culture di passaggio portando nella sua musica la convivialità di un territorio che sa accogliere e far sedere ad una buona tavola. Nell'ambito di questo percorso e filone musicale "Bologna-Modena" saranno valorizzate e promosse le iniziative e i cartelloni jazz promossi dai due territori per una maggior divulgazione degli stessi in un'ottica di impulso allo sviluppo di percorsi culturali e turistici nel territorio Bologna-Modena. Nel raggiungimento di questo obiettivo sarà fondamentale la collaborazione con l'innovativa piattaforma prenota.collinebolognaemodena.it della Rete di Pro Loco "Reno Lavino Samoggia", che consentirà di prenotare direttamente on-line tutti gli eventi di ZolaJazz&Wine 2023 ma anche visite guidate, trekking, spettacoli e concerti, facendo conoscere la natura, l'arte, la cultura e l'enogastronomia di un territorio, tra Bologna e Modena, promosso dalla piattaforma stessa. Quest'anno, inoltre, poiché ci stiamo avviando verso una transizione della gestione degli eventi post Covid, sarà dato un ampio spazio alle interlocuzioni con le cantine vitivinicole, da sempre partner del progetto Zola Jazz&Wine, che avranno spazio e tempo per far conoscere e raccontare ai partecipanti i concerti jazz, che presso di loro si svolgeranno, le realtà dei propri vigneti, i processi di vinificazione e di produzione dei loro vini in un dialogo e scambio più stretto e concreto tra pubblico e aziende private. Proseguirà la valorizzazione delle eccellenze culturali presenti sul territorio dei tre Comuni coinvolti in particolare attraverso visite guidate, in collaborazione con l'Associazione Ville storiche e altri Enti del territorio, presso le ville storiche bolognesi che maggiormente caratterizzano i nostri paesi come ad esempio Palazzo Albergati, Villa Garagnani, Palazzo Pepoli, l'area Museale di Ca' Ghironda, creando concerti in seduta nei loro parchi o nei loro saloni interni anticipati da visite guidate in mattinata o nel pomeriggio. Questo permetterà di creare pacchetti turistici, in collaborazione con lo UIT di Zola Predosa, di maggior attrattività. I concerti si svolgeranno prevalentemente all'aperto, presso le aziende vitivinicole o ville storiche spesso posizionate in zone panoramiche bellissime o lungo percorsi, come la via dei Brentatori, che permetteranno di assaporare meglio le ottime qualità dei vini e dei prodotti del territorio. Per le degustazioni, infatti, i vini delle cantine aderenti, verranno accompagnati dalla Mortadella dell'Azienda Felsineo, sponsor in prodotti della Rassegna e, quest'anno, da gocce di Aceto Balsamico dell'eccellenza modenese su scaglie di parmigiano per proseguire nel solco della strada Bologna-Modena già percorsa ed individuata nell'ambito musicale. Gli accessi agli eventi saranno a "barriere free" al fine di dare o la possibilità di fruire della musica e delle degustazioni anche a persone con disabilità o riservando, nei concerti in seduta, specie in contesti di ville storiche che si intendono potenziare, posti a sedere e accessi riservati per esigenze particolari. Ultimo ma non ultimo Zola

Jazz & Wine “Crocevia e Delizie” 2023 andrà ben oltre i confini delle tradizionali location e andrà in piscina... È previsto infatti un concerto, con giovani musicisti jazz emergenti al calar della sera, a bordo della piscina comunale, per rafforzare il legame cultura, sport ed economia turistica. Nell’organizzazione degli eventi si porrà attenzione nell’uso di materiali lavabili, ecologici o compostabili. Anche la campagna di comunicazione sarà coerente con questi principi, puntando principalmente sulle piattaforme digitali (web, social) a una comunicazione cartacea “duttile”, con produzione al minimo di cartaceo e rinviando con QR code al programma online. I concerti saranno tutti a fruizione gratuita e si svolgeranno nei week end a partire da metà giugno per concludersi entro il 9 luglio. Le aziende vitivinicole partner del progetto potranno prevedere ulteriori degustazioni a pagamento oltre alla prima gratuita per tutti i partecipanti ai concerti.

AZIONI

1. valorizzazione della musica jazz emiliana percorrendo traiettorie musicali che ci porteranno verso Modena promuovendo musicisti jazz bolognesi e modenesi cresciuti in un territorio “Crocevia” che ha amplificato le convergenze e le influenze delle culture di passaggio ed ha portato nella musica jazz la convivialità di un territorio che sa accogliere e far sedere ad una buona tavola col il suo vino, le eccellenze enogastronomiche del territorio in un contesto paesaggistico di pregio;
2. attraverso la piattaforma -prenota.collinebolognaemodena.it della Rete di Pro Loco “Reno Lavino Samoggia”, tutti i concerti di ZolaJazz&Wine 2023 si potranno prenotare direttamente online così da promuovere e fare conoscere gli eventi, in particolare quelli jazzistici, la natura e i percorsi, l’arte, la cultura e l’enogastronomia offerti e promossi di un territorio tra Bologna e Modena ricco anche di proposte turistiche;
3. valorizzazione delle eccellenze culturali presenti sul territorio in particolare attraverso visite guidate alle ville storiche bolognesi che maggiormente caratterizzano il nostro territorio come Palazzo Albergati, villa Garagnani, Palazzo Pepoli, l’area Museale di Ca’ Ghironda, creando concerti in seduta nei loro parchi o nei loro saloni interni anticipati da visite guidate in mattinata o nel pomeriggio. Questo permetterà anche di creare pacchetti turistici ad hoc, in collaborazione con lo UIT di Zola Predosa, di maggior attrattività per la promozione degli elementi identitari dei territori;
4. i concerti si svolgeranno prevalentemente all’aperto, presso le aziende vitivinicole o ville storiche spesso posizionate in zone panoramiche bellissime o lungo percorsi, come la via dei Brentatori, che permetteranno di assaporare meglio gli ottimi vini e prodotti del territorio. Per le degustazioni, infatti, i vini delle cantine aderenti, verranno accompagnati dalla Mortadella dell’Azienda Felsineo, sponsor in prodotti della Rassegna e, quest’anno, da gocce di Aceto Balsamico dell’eccellenza modenese su scaglie di parmigiano per proseguire nel solco della strada Bologna-Modena già percorsa ed individuata nel filone musicale dell’edizione della Rassegna ZolaJazz&Wine 2023;
5. favorire la conoscenza del territorio enogastronomico attraverso dialogo/intervista col viticoltore e proprietario delle varie Aziende aderenti alla Rassegna aumentando la sensibilità e cultura dei prodotti di una terra e di un lavoro che sarà così meglio veicolato al turista/spettatore per orientare scelte più consapevoli;
6. promuovere politiche integrate tra i vari territori, in particolare i Comuni aderenti al progetto, e tra i vari settori dell’economia turistica portando un concerto jazz di gruppi giovani emergenti a bordo piscina oltre quindi i confini delle tradizionali location per rafforzare il legame cultura, sport ed economia turistica;
7. collaborazione col il Consorzio del Pignoletto dell’Emilia Romagna, che ha sede presso la villa comunale Edvige Garagnani di Zola Predosa, dove si svolgerà uno dei concerti, per la promozione e conoscenza dei vini tipici delle colline bolognesi ma anche modenesi;
8. collaborazione con le associazioni del Terzo Settore del territorio per supporto logistico ed organizzativo, individuazione di percorsi ambientali come la via dei Brentatori per raggiungere le aziende vitivinicole (Proloco, Associazione ville storiche bolognesi, e ass. ambientali culturali nonché sportive).

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

territorio, vino, prodotti tipici e percorsi naturalistici, culturali e sportivi presenti.

MERCATI DI INTERVENTO

Spettatori e amanti della musica jazz, della degustazione di vini tipici e prodotti tipici direttamente presso le Aziende vitivinicole. Amanti del turismo lento e sostenibile, del paesaggio e dei tratti identitari e di eccellenze di un territorio

(aziende, ville storiche, percorsi, parchi, ecc..). Attrarre turismo locale, regionale e nazionale da far soggiornare sul territorio. Per questo motivo gli eventi /concerti avverranno nel weekend allo scopo di per favorire eventuali pernottamenti per visitare altre località/attrazioni locali (Palazzo Albergati o l'Area Museale di Ca' Ghironda a Zola, la Chiusa e Casa Museo Nena a Casalecchio, collezione Nigelli a Monte San Pietro ecc.). Attraverso lo UIT di Zola Predosa e la piattaforma di prenotazione - prenota.collinebolognaemodena.it - attrarre il turista / spettatore dell'area modenese ed "esportare" le nostre proposte ed eccellenze in una sinergia virtuosa di musica, eventi, prodotti tipici e territorio nelle sue varie declinazioni.

SEGMENTI DI DOMANDA

Turismo di interesse culturale in particolar modo musicale e jazzistico; turismo enogastronomico (vini di qualità/pignoletto ad esempio, mortadella bolognese, aceto balsamico modenese con degustazioni conoscitive e guidate in azienda); promozione del prodotto tipico identitario del territorio emiliano con la Mortadella DOP IGP che ha, a Zola Predosa, da sempre, il suo distretto produttivo originario di eccellenza; interesse per le ville storiche Bolognesi che conta sul territorio anche limitrofo una ventina di ville storiche; interesse per l'Area Museale di Ca' Ghironda espressione unica nella zona di Land Art; interesse per vie e percorsi ambientali anche collegati con altri vie/percorsi regionali e nazionali.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Territorio tra Zola Predosa, Casalecchio di Reno e Monte San Pietro con "ampliamento" al modenese attraverso il filone artistico del jazz bolognese-modenese e la promozione di eventi similari nonché di alcuni prodotti tipici di entrambe i territori;

- n. 2 partner istituzionali: Comune di Casalecchio di Reno e Comune di Monte San Pietro;
- n. 6 Aziende Vitivinicole private;
- n. 3 ville storiche (Palazzo Albergati, Villa Garagnani e Villa Marescalchi) tutte dei territori interessati all'evento quali location per lo svolgimento dei concerti jazz e performance artistiche;
- n. 1 Area museale "Ca Ghironda";
- n.1 Proloco di Zola Predosa;
- n. 1 Centro Socio Culturale zolese;
- n. 1 impianto sportivo -piscina- Comunale n. Consorzio Pignoletto dell'Emilia Romagna che ha sede a Zola Predosa;
- n. UIT Colli Bolognesi sovracomunale di Zola Predosa;
- n.1 Rete di Proloco Reno Lavino Samoggia;
- n. 1 acetaia (aceto balsamico) del modenese.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

L'inserimento nei cartelloni estivi legati all'intera area metropolitana e oltre con il Festival Crinali e alla Città di Bologna con Bologna Estate per una maggior risonanza alle iniziative.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Periodo di realizzazione tra metà giugno e metà luglio 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Durante i concerti sarà possibile acquistare vini direttamente dalle aziende vitivinicole aderenti o per il tramite del Consorzio del Pignoletto Emilia Romagna sarà inoltre possibile fare conoscere e promuovere la fruizione delle attività promosse dell'area Museale di Ca' Ghironda e di Palazzo Albergati SPA.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
- realizzazione concerti jazz di qualità ed eventi culturali correlati; - promozione delle eccellenze culturali del territorio delle colline bolognesi (ville, palazzi, musei, centri socio culturali e impianti sportivi comunali, percorsi ambientali), di itinerari turistici e prodotti enogastronomici (vino, mortadella, aceto balsamico in	- registrazione pubblico /report visitatori presenti o partecipanti - report aziende vitivinicole in merito algradimento e riscontri di vendita prodotti

particolare) nell'ottica della "traiettorie musicale ed enogastronomica" Bologna-Modena;	
<ul style="list-style-type: none"> - promozione e conoscenza dei vini tipici delle colline bolognesi modenesi direttamente in cantina, con interviste e racconti dei viticoltori o esperti del Consorzio del Pignoletto dell'Emilia Romagna e di una acetaia modenese; - coordinamento e collaborazione per la promozione, prenotazione, ecc con lo UIT sovracomunale Colline bolognesi di Zola Predosa - comunicazione cartacea "duttile", riduzione al minimo del cartaceo e rinviare con QR code al programma online; - promozione di percorsi accessibili a tutti. 	<ul style="list-style-type: none"> - feedback da parte dello UIT, - questionari di gradimento, report interazioni social media - feedback da associazionismo/terzo settore sul tema dell'accessibilità

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 34.700,00

SPESE AMMISSIBILI: € 33.800,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 900,00 Spese per azioni non descritte nel progetto (press tour ed educational tour e serate promozionali e workshop).

PUNTEGGIO: 78

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Fondazione Dozza Città d'Arte (organizzatore)
2. Comune di Castel Guelfo di Bologna (partner)

DESCRIZIONE SINTETICA

L'iniziativa promozionale riguarda la XXIX edizione della Biennale del Muro Dipinto in programma dall'11 al 17 settembre 2023. Il progetto si coordina ed integra con le risorse create nel corso del tempo dalle passate edizioni. La Biennale del Muro Dipinto risale al 1960 ed è un elemento identitario che qualifica l'offerta artistica del Comune di Dozza, una piccola città d'arte caratterizzata da un ricco patrimonio ambientale e culturale, sempre più attenta alla promozione di iniziative ecologiche, riconosciuta come uno dei Borghi Più Belli d'Italia e Bandiera Arancione del Touring Club Italiano. A Dozza la pittura, inserita nel tessuto urbano, si rivela alle più diverse suggestioni cromatiche e luminose del paesaggio collinare circostante. Nel corso della Biennale gli artisti saranno chiamati ad esprimersi nel contesto pittorico dell'antico borgo medievale di Dozza, nonché in quello del nuovo borgo di Toscanella, che dal 2007 è coinvolto nella manifestazione con interventi di street art. Da quasi un decennio la street art sta riscontrando un progressivo successo sia nei centri urbani, sia nelle periferie delle città, tanto che più volte la Fondazione "Dozza Città d'Arte" è stata chiamata a divulgare la tradizione del Muro Dipinto in altri luoghi, anche fuori regione (Campania, Toscana e Calabria). Considerato questo crescente interesse, la manifestazione sarà allargata anche al vicino Comune di Castel Guelfo di Bologna, dove già nel corso della scorsa biennale era stata realizzata un'opera pittorica. Quest'anno nell'adiacente comune verranno realizzate iniziative collaterali (mostre, spettacoli, laboratori, ecc.) al fine di coinvolgere il territorio circostante in questa manifestazione storica, ormai legata alla tradizione. Il compito di scegliere gli artisti, che eseguiranno le loro opere a Dozza sarà affidato ad una commissione inviti, cui parteciperanno autorevoli esponenti del mondo dell'arte. Gli artisti, invitati ad esporre e a lavorare dal vivo, saranno ospitati a Dozza per l'intera settimana della manifestazione. A partire da metà settembre saranno altresì organizzati con preziosi ospiti eventi e mostre, alcune delle quali si protrarranno fino alla fine del 2023. Sono previsti spettacoli promozionali collaterali (di arte, musica e teatro) al fine di arricchire il programma e allargare la comunicazione anche ad un pubblico meno specialistico. Come già avvenuto nella XXVIII edizione della Biennale, anche quest'anno verranno coinvolti enti e associazioni locali impegnati nelle attività di volontariato (sociale, culturale, turistico), al fine di creare una comunità di persone appassionate di arte e di proporre iniziative eterogenee per un'integrazione e diversificazione di prodotti e servizi. Sarà mantenuta l'attenzione sulla storia artistica della manifestazione, che ha ormai superato il mezzo secolo di vita, con mostre riguardanti periodi o protagonisti delle passate edizioni e, altresì, con interventi di restauro conservativo (questi da eseguirsi su opere già presenti all'interno del borgo di Dozza) secondo un piano poliennale condotto in collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Bologna. Il muro dipinto rappresenta una galleria d'arte a cielo aperto, sempre fruibile alla vista (senza biglietto d'ingresso e 24h /24h) e soprattutto accessibile a tutti, in quanto le strade del borgo lungo le quali sono presenti i murales risultano esenti da barriere architettoniche: questo rende possibile a qualunque visitatore la fruizione delle opere. Il progetto di promozione, con avvio ad inizio 2023, sarà gestito dalla Fondazione "Dozza Città d'Arte", insieme alla Amministrazione Comunale di Dozza e a quella di Castel Guelfo di Bologna, e si avvarrà di numerose collaborazioni qualificate. Per la promozione della rassegna ci si avvarrà di strumenti tradizionali (rassegna stampa) ma verrà posta l'attenzione soprattutto sulle nuove forme di comunicazione (Social media marketing e Social Network) per ridurre l'impatto ambientale: a tal fine saranno creati contenuti ad hoc inseriti sulle principali piattaforme digitali di condivisione e socializzazione (es. Youtube e Facebook) per allargare esponenzialmente l'accessibilità ad un pubblico variegato e sempre più numeroso.

AZIONI

1. Realizzazione di nuove opere (a Dozza), che arricchiranno il patrimonio del Muro Dipinto. (Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2023; fase esecutiva: settembre 2023)
2. Interventi di restauro (a Dozza). Sono già state monitorate opere che necessitano di interventi di riqualificazione e restauro in corso di valutazione tecnica da parte sia dell'Accademia, sia della commissione inviti, che opererà delle scelte legate alle priorità di intervento. Per l'esecuzione dei restauri verranno allestiti

dei cantieri-scuola, nonché affidati incarichi a specialisti del settore.

(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2023; fase esecutiva: agosto-ottobre 2023)

3. Mostre dedicate alla storia del muro dipinto (a Dozza e in altri contesti). Sarà mantenuta l'attenzione sulla storia artistica della manifestazione, dedicando apposita sezione espositiva alle opere realizzate all'interno del Borgo di Dozza. La manifestazione, che ha superato il mezzo secolo di vita, costituisce infatti un vero e proprio museo a cielo aperto, visibile 365 giorni all'anno per tutti coloro che visitano il Borgo.

(Fase organizzativa: da gennaio a settembre 2023; fase esecutiva: agosto-ottobre 2023).

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Muro Dipinto di Dozza, Borgo medievale di Dozza, borgo medievale di Castel Guelfo di Bologna.

MERCATI DI INTERVENTO

Nazionale e internazionale.

SEGMENTI DI DOMANDA

- Cittadini emiliano-romagnoli, italiani e stranieri interessati alla pittura contemporanea ed in senso più ampio a progetti di comunicazione visiva, integrati nell'ambiente naturale.

- Visitatori interessati ad una offerta enogastronomica, che difende e testimonia la validità dell'antico rapporto con prodotti tipici, consolidata dalla posizione al centro di una regione ricca di città d'arte e tradizioni.

- Parte del segmento di domanda del turismo congressuale, ad integrazione con l'ampia offerta imolese e bolognese: si è individuata una domanda rivolta a sedi più raccolte che offrono un valore aggiunto definito dall'offerta artistica e gastronomica locale.

- L'incontro di più prodotti turistici (arte, paesaggio, enogastronomia) risponde alla domanda, sempre più diffusa, di un turismo alla continua ricerca di elementi emozionali, che si fissano più a lungo nel ricordo del visitatore. Tali caratteristiche rientrano nelle prerogative del turismo itinerante e, in particolare, dei viaggi culturali nelle città d'arte anche di piccole dimensioni come lo sono Dozza e Castel Guelfo di Bologna: il borgo di Dozza, collocato sul crinale di una collina che domina la valle circostante, oltre ad aver mantenuto pressoché intatta l'integrità dell'originale tessuto edilizio medievale, comunica immediatamente la stretta simbiosi tra natura e arte contemporanea, offrendo un contesto estremamente suggestivo; il Comune di Castel Guelfo ha conservato intatto il centro storico, tipicamente medievale, e per questo motivo interessa ed è in grado di richiamare appassionati di storia e di arte.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Circondario Imolese / IAT e UIT locali.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Inserimento nel Cartellone Bologna Estate, analogamente alle edizioni passate.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gennaio 2023-dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Con la XXIX Biennale del Muro Dipinto si punta ad incrementare i flussi turistici verso il territorio e di riflesso a sviluppare l'economia turistica locale, in un'ottica di destagionalizzazione. Le azioni di comunicazione che saranno intraprese (sia tradizionale che tramite canali Social) mirano a divulgare le iniziative in programma per "catturare" il turista e attrarlo verso il territorio, con proficue ricadute economiche per le aziende locali, in particolare del settore dell'accoglienza e del commercio. Attraverso la promozione del prodotto turistico si attua anche la promozione e la valorizzazione del territorio e delle sue risorse paesaggistiche-ambientali. Inoltre, grazie alla manifestazione sia il borgo storico di Dozza che quello di Castel Guelfo di Bologna avranno un ritorno d'immagine positivo che contribuirà a consolidarne la visibilità sui mercati.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Azioni di comunicazione (Social Network, Ufficio Stampa, Comunicati, Predisposizione di materiali fotografici e video)	Materiale informativo diffuso ed eventi promozionali correlati
Progettazione grafica e stampa di materiale promozionale	Materiale informativo prodotto
Affissione, distribuzione di materiale promozionale e acquisto di spazi pubblicitari	Campagna affissione
Eventi di richiamo turistico (arte, musica, spettacoli, visite guidate, degustazioni)	Numero di eventi e numero di partecipanti

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 35.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 35.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

7) Comune di Imola - *Baccanale 2023. Rassegna culturale ed enogastronomica*

P.G. n. 67745/2022
Integrazione P.G. n. 71253/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Nuovo Circondario Imolese

DESCRIZIONE SINTETICA

L'edizione 2023 del Baccanale è in programma come di consueto nel cuore della programmazione autunnale del Comune di Imola, tra le fine di ottobre e novembre, con 23 giorni complessivi (quattro fine settimana) di eventi, incontri, mostre, spettacoli, degustazioni, mostre mercato, menu a tema, ecc. Il territorio di riferimento della rassegna non è soltanto la Città di Imola, ma tutto il territorio del Circondario imolese. Il Baccanale è una rassegna dedicata alla cultura del cibo e all'enogastronomia che approfondisce ogni anno un tema specifico, con un format rodato e un programma di conseguenza sempre rinnovato. 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. Questa speciale commistione di punti di interesse ha formato e consolidato negli anni sempre più numerose relazioni con i protagonisti attivi della rassegna. Tra essi ci sono scuole, università, istituzioni, enti, associazioni, aziende del settore agroalimentare e il mondo della ristorazione, con l'attività dei ristoratori, che costruiscono e propongono i menu a tema, e partecipano al programma anche con eventi e scuole di cucina. Appuntamenti annuali ricorrenti sono 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. I 10 Comuni del Circondario imolese sono coinvolti con eventi culturali ed enogastronomici nei rispettivi territori e con la partecipazione diretta, di propri rappresentanti (Proloco, consorzi, ecc.) e aziende del settore agroalimentare e prodotti tipici a eventi specifici, costruiti per promuovere e valorizzare la cultura enogastronomica e le tradizioni dei loro territori. Viene così proposta una variegata tipologia di iniziative, in media circa 120 eventi all'anno tra i quali mostre a tema nelle biblioteche, nei musei e sotto i portici della città, visite e percorsi guidati, laboratori e degustazioni, presentazione di prodotti tipici e piatti della tradizione oltre ai menu a tema nei ristoranti, attraggono in città, nelle settimane del baccanale, residenti in città vicine per permanenze giornaliere e turisti che si trattengono per qualche giorno. I Servizi comunali curano in prima persona l'ossatura principale del programma e il coordinamento dell'intero cartellone, prestando attenzione a rappresentare nel modo più completo le sfaccettature del tema dell'anno, valorizzare l'enogastronomia del territorio e garantire la massima visibilità e riconoscibilità della rassegna e degli eventi proposti. Ogni edizione del Baccanale è l'occasione per sperimentare nuove modalità organizzative e nuove proposte di presentazione e valorizzazione del territorio. Nel 2023 si intende ampliare lo spazio dedicato ai percorsi enogastronomici, con un maggior numero di visite ad aziende e realtà produttive di eccellenza del territorio. Si ritiene importante ampliare l'impatto della rassegna in città, negli spazi esterni e in particolare nelle piazze del centro storico, e incentivare le visite con occasioni di incontro, elementi attrattivi e percorsi guidati durante tutto il periodo della rassegna. Sulla scorta dell'esperienza dell'edizione 2022 saranno utilizzate le piazze principali della città per creare momenti di presentazione della filiera agroalimentare del territorio, eventi 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 si sono rivelate un'idea vincente e verranno riproposte anche in nuovi formati nel 2023, in base al tema che sarà definito nei primi mesi dell'anno e con 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 Baccanale 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. I "palchi del gusto" e altri stand tematici potranno ospitare selezioni di prodotti a tema, con opportunità di presentazione e divulgazione, eventi divulgativi e di valorizzazione. Il bilancio complessivo della manifestazione, di

cui fanno parte anche spese organizzative per eventi, collaborazioni e personale di supporto, è di ca € 90.000,00 €. Una parte rilevante delle risorse è impiegata per sostenere le spese di promozione e comunicazione, soprattutto in forza della presenza di sponsorizzazioni e contributi esterni. Verrà ulteriormente implementata la comunicazione digitale attraverso il sito dedicato alla manifestazione e attraverso i social, con l'obiettivo di incentivare la comunicazione. 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: a partire dal tema dell'anno si sviluppa l'ossatura della manifestazione. Con la scelta del tema (un prodotto o una tipologia di prodotti, un tipo di preparazione, ad esempio) possono essere individuate 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;
2. Individuazione delle principali linee di attività e di sviluppo del progetto: A partire da tre linee di attività (cultura, prodotti ed enogastronomia, turismo) si individuano contenuti, punti di interesse, percorsi che 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 attività specifiche e partner tematici: definizione dei dettagli dei singoli eventi in programma e declinazione organizzativa che tiene conto di: qualità delle proposte, rappresentatività del territorio e 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 2023 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;

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Il Bacchanale intende promuovere la Città di Imola e del Circondario Imolese nel suo complesso e tutti gli elementi e le tipicità che rendono questo territorio unico e interessante. In particolare verranno valorizzati con eventi, visite guidate e attività laboratoriali:

1. musei cittadini e le collezioni d'arte della città e dei Comuni del Circondario;
2. cultura e storia del territorio;
3. tradizioni culturali e musicali romagnole;
4. eccellenze enogastronomiche e prodotti, con riferimento a tecniche e tradizioni del cibo e della viticoltura, aziende agricole di tradizione e filiere produttive innovative.

MERCATI DI INTERVENTO

Turismo nazionale, e in particolare turismo di prossimità. Cittadini dei comuni del Circondario imolese (oltre 130.000 abitanti) con particolare attenzione alle attività dei ristoratori (menù a tema, scuole di cucina, degustazioni). Territorio della Città Metropolitana di Bologna. Regione Emilia Romagna e regioni confinanti più vicine al territorio imolese, come ad esempio Marche e Toscana.

SEGMENTI DI DOMANDA

Il progetto si caratterizza ogni anno in modo differente, grazie al tema sempre nuovo. Quindi è possibile individuare nuovi visitatori, interessati al tema, insieme agli "affezionati" alla manifestazione che decidono di tornare ogni anno a Imola in occasione del Bacchanale. Il Bacchanale occupa un periodo significativo dal punto di vista turistico (3

settimane e quattro week end), utile per chi vuole organizzare un breve soggiorno o una vera e propria vacanza autunnale. La contiguità dell'avvio della manifestazione con il tradizionale ponte di inizio novembre è da sempre un fattore positivo in tal senso. La natura della rassegna consente la fruizione differenziata delle opportunità proposte: dal turismo culturale al turismo più orientato verso l'enogastronomia e la conoscenza delle eccellenze del territorio.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

L'ambito territoriale interessato è quello di Imola e del Nuovo Circondario Imolese. Il Bacchanale è una grande manifestazione partecipata che si fonda su una intensa rete di partner tra cui scuole, università, istituzioni, enti, associazioni, aziende del settore agroalimentare, ristoranti e pubblici esercizi. Sono coinvolti a vario titolo anche i Comuni del Nuovo Circondario Imolese.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

In base al tema che verrà individuato potranno essere attivate azioni di integrazione e gemellaggi con portatori di interesse attivi in filiere produttive collegate sia in regione che fuori regione.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

L'avvio dell'organizzazione sarà già nei primi mesi dell'anno, con l'individuazione del tema che verrà reso pubblico fra febbraio e marzo 2023. Il programma degli eventi sarà raccolto entro l'estate e reso pubblico con anticipazioni dai primi di settembre e nella sua completezza due settimane prima dell'inizio della manifestazione (metà ottobre circa).

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Al Bacchanale è riconosciuto un ruolo significativo nella creazione dell'incontro tra i fruitori della manifestazione (cittadini e turisti) e i prodotti che il territorio di riferimento offre. Tra questi occupa una posizione preminente l'offerta della ristorazione locale, che registra per tutto il periodo della rassegna il tutto esaurito nella proposta dei menu a tema. Hanno uno spazio d'interesse oltre ai ristoranti anche le aziende agricole e vinicole. Nell'edizione 2023 sarà incrementata l'opportunità di visita a queste realtà che sempre più sono oggetto di curiosità e attenzione da parte dei visitatori, che sono sempre più interessati a individuare luoghi di produzione genuina, filiera corta e prodotti tipici.

ALTRO

Il Bacchanale vuole differenziare il suo pubblico e arricchire l'esperienza di incontro con la cultura del cibo di nuove proposte rivolte a tutte le fasce d'età. Dopo l'esperienza positiva del programma per i più piccoli e del "Bacchanale young" nell'edizione 2022, saranno riproposti eventi di divulgazione e laboratoriali pensati ad hoc per i più giovani. Saranno riviste la modalità organizzative degli incontri culturali per offrire un approfondimento più agile e ricco di esperienze concrete di incontro con il cibo e i prodotti enogastronomici.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Scelta del tema dell'anno	Verifica 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 della manifestazione
Individuazione attività specifiche e partner tematici	Numero degli eventi realizzati e partner coinvolti
Realizzazione e promozione visite guidate e percorsi tematici dedicati ai prodotti enogastronomici	Gradimento dei visitatori e partecipanti ai percorsi di visita programmati
Realizzazione attività di comunicazione e	Verifica presenze alle iniziative e rilevazione afflusso turistico con somministrazione questionarie rilevazione dati di consultazione sito e social

COSTO TOTALE DEL PROGETTO € 40.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

8) Unione dei Comuni Savena Idice - *Anello delle grandi Vie in e-bike: Flaminia Minor, Via Mater Dei e Via del Fantini*

P.G. n. 67746/2022
Integrazione P.G. n. 70881/2022
Integrazione P.G. n. 70920/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Associazioni locali fra cui:
 - a. Associazione Parco Museale Val di Zena
 - b. Parrocchia Rastignano
 - c. ProLoco Ozzano
 - d. Associazione Bologna Montana Bike Area
2. Cooperativa di Comunità Foiatonda
3. Museo di Arti e Mestieri P. Lazzarini
4. Confcommercio Imprese
5. Movimento Lento
6. Osservatorio Locale per il Paesaggio dell'Unione dei Comuni Savena-Idice
7. E-XPLORA

DESCRIZIONE SINTETICA

Questo progetto intende mappare digitalmente, segnalare e promuovere attraverso la comunicazione web e social network, oltre che la realizzazione di un evento promozionale che coinvolga le realtà associative del territorio legate a questi temi, un ITINERARIO ESCURSIONISTICO per mountain bike, e-bike e muscolari, che colleghi TUTTI i comuni appartenenti all'Unione dei comuni Savena Idice attraverso i percorsi già esistenti delle tre principali 'Vie' che lo attraversano. L'Unione dei comuni Savena Idice, costituita dai 5 comuni di Loiano, Monghidoro, Montereenzio, Ozzano dell'Emilia e Pianoro, 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 ciclabili. Questa ricchezza può essere valorizzata nell'ottica del turismo lento e sempre più destagionalizzato, 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 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 dal nostro ente 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, e 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. 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. Il progetto prevederà inoltre la valorizzazione dei nuovi tratti della rete ciclabile per la mobilità quotidiana e cicloturistica (https://pumsbologna.it/Consulta_il_piano/Biciplan_metropolitano) prevista dal Bici- Plan Metropolitano

/ Pums. Si segnalano a tale proposito i tratti della Rete Strategica n. 10 (Bologna-Pianoro), n. 1 (Emilia: da Bologna a Imola), la Ciclovia Val di Zena. La n. 10 in particolare consentirà il collegamento tra Bologna e la Stazione Ferroviaria di Pianoro, sulla SS 65, con la presenza di una Bike Station (completa di n. 10 rastrelliere per bici di cui n. 3 per ricarica elettrica e di unità di piccola manutenzione di emergenza) presso il Parcheggio di interscambio in frazione di Rastignano presso il Ponte delle Oche. Il parcheggio si trova nei pressi del Centro Mobilità (punto intermodale di trasporto) individuato nel PTM: Stazione del Servizio Ferroviario Metropolitano (SFM) di Rastignano e, a completamento del Percorso ciclopedonale nel parco fluviale del Torrente Savena, lungo circa 10 km, sarà possibile raggiungere il Centro Mobilità Stazione del Servizio Ferroviario di Pianoro. Infine, il progetto si integrerà in termini di segnaletica, seguendo quelli che sono gli accordi in fase di definizione con il Club Alpino Italiano, e comunicazione con gli altri progetti già attivati sul territorio, come “Bologna Montana Bike Area” (BOM.B.A.) che interessa in particolare il cicloturismo in mountain bike e E-mtb. 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

1. L’estensione dell’analisi del territorio effettuata negli anni precedenti alle nuove zone coinvolte, per censire i produttori agroalimentari, i ristoratori, gli albergatori, i gestori di strutture di accoglienza, le associazioni locali e i fornitori di servizi interessati a proporre esperienze per i cicloturisti e/o a proporsi come punti di accoglienza e ricarica, la valorizzazione dei luoghi e realtà culturali presenti sul percorso;
2. l’organizzazione di webinar informativi e corsi di formazione dedicati agli operatori turistici e ai produttori, per coinvolgerli nel progetto e migliorarne il livello di competenza, e gettare le basi per la creazione di una rete stabile sul territorio;
3. la progettazione e tracciatura GPS di un percorso cicloturistico ad anello che raccordi i 3 cammini Flaminia Minor, Via Mater Dei, Via del Fantini e che dia la massima copertura possibile del territorio dell’unione;
4. il completamento della realizzazione della segnaletica della Flaminia Minor realizzato nei progetti precedenti;
5. la realizzazione di un logo che identifichi l’itinerario e la sua implementazione nella segnaletica, seguendo le specifiche concordate con il CAI;
6. la realizzazione e la raccolta di materiale multimediale promozionale lungo l’itinerario;
7. la creazione di schede descrittive in due lingue (italiano e inglese) e il loro inserimento nello spazio web dedicato all’interno del sito UVSI, e su applicazioni del settore, quali ad esempio EasyWays;
8. l’inserimento sulle principali piattaforme di escursionismo outdoor (web + applicazioni mobile), quali OutdoorActive e Komoot, leader in Europa nel settore;
9. la promozione del progetto i canali web e social network dell’unione e dei soggetti partner coinvolti;
10. l’organizzazione di almeno un evento promozionale lungo l’itinerario delineato, in collaborazione stretta con le associazioni legate al mondo del ciclo escursionismo che operano sul territorio e ad altre realtà avviate quali Bologna Montana Bike Area (BOM.B.A.)

Tutto il materiale comunicativo verrà realizzato in coerenza con le linee comunicative grafiche e visive che compongono l’eco-sistema digitale del Territorio Turistico Bologna-Modena e in stretto coordinamento con la redazione locale Appennino Bolognese.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Flaminia Minor, Via Mater Dei, Via del Fantini

Linee di prodotto: city break, cultura, outdoor & active slow, Cicloturismo negli ambiti sub-metropolitani, Appennino Bike experience; Sport.

MERCATI DI INTERVENTO

Italiano ed estero, legati al ciclo turismo, al turismo lento in generale, con attenzione all’enogastronomia locale. L’utilizzo, in particolare, delle piattaforme digitali legate all’escursionismo offre grandi possibilità per lo sviluppo sul mercato estero, che sfrutta quasi sempre questi canali per pianificare le proprie vacanze.

SEGMENTI DI DOMANDA

1. Famiglie italiane ed estere appassionati di turismo all’aria aperta, alla ricerca dell’autenticità dei territori e di una certa qualità dei servizi, che cercano una destinazione ricca di contenuti storici, della tradizione,

- naturalistici e legati all'enogastronomia.
- 2. Escursionismo giornaliero
- 3. Escursionismo plurigiornaliero
- 4. Cicloturismo
- 5. Cicloescursionismo

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Tutto il territorio dell'Unione dei Comuni Savena-Idice, le relative amministrazioni pubbliche e tutti i soggetti privati operanti nel settore.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Con questo progetto si intende costruire una collaborazione con il Territorio Turistico Bologna Modena e la Regione Emilia Romagna per la promozione del turismo lento legato ai cammini.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gennaio - 31 dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Sarà possibile utilizzare il risultato di questo progetto per creare e vendere prodotti turistici.

ALTRO

Coerenza con gli obiettivi delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024".

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Completamento analisi territorio	Verrà prodotta tabella con l'elenco e i dati anagrafici dei soggetti e luoghi censiti
tracciatura GPS di un percorso cicloturistico ad anello che raccordi i 3	Le tracce GPS e le descrizioni dei percorsi in formato word saranno prodotte in forma digitale
Organizzazione momenti formativi e promozionali	Verrà messa a disposizione la registrazione
Completamento segnaletica Flaminia	Realizzazione di n 200 segnavia a bandierina (8*15 cm) e n. 2 pannelli informativi con supporto e posa
Comunicazione: realizzazione logo, Azioni di social media marketing e web content, creazione di schede, inserimento su piattaforme di escursionismo out	Le schede saranno prodotte in formato word e inserite nello spazio web nel sito dell'Unione e nell'app Easyways, Outdoor Active, Komoot dove saranno consultabili e sarà possibile la navigazione lungo gli itinerari. Gli itinerari saranno consultabili all'interno delle piattaforme citate, con una semplice operazione di ricerca. Verranno regolarmente prodotti statistiche di lettura dei social e like,
Stampa e diffusione di 5000 pieghevoli bilingue (ita-eng)	Distribuzione capillare presso Iat, Uit, eXtraBO, strutture ricettive, durante eventi di rilievo
Eventi di animazione turistico-culturale: inaugurazione nuovo anello	Numero di partecipanti all'evento di inaugurazione
Organizzazione n. 1 press tour	Numero di adesioni

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 15.006,00

SPESE AMMISSIBILI: € 14.030,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 976,00 Spese di investimento (completamento segnaletica)

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

9) Nuovo Circondario Imolese - *Be In Wonder Land - culture sport nature in Imola area*

P.G. n. 68116/2022
Integrazione P.G. n. 71634/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comuni del Nuovo Circondario Imolese

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Nuovo Circondario Imolese dal 2020 gestisce la gestione del turismo in forma associata tra i dieci comuni del proprio territorio che, in base a ad apposita convenzione, si sono impegnati nel trovare una formula identificativa ed identitaria per promuovere il turismo nell'area imolese. Tra le varie attività poste in essere, nel 2022, è stato realizzato il Progetto "Be in Wonder Land - culture sport nature in Imola area", che è stato ammesso a finanziamento PTPL 2022 - Filone 1. In considerazione dei positivi risultati sia in termini di partecipazione che di gradimento dei numerosi turisti che hanno sperimentato le numerose esperienze in programma (n.24) sul territorio circondariale, con circa mille presenze, la Giunta Circondariale ha deliberato di ripetere l'iniziativa anche per l'anno 2023. Il Progetto ha come finalità principali:

- valorizzazione della dimensione territoriale, storico-culturale.
- valorizzazione della dimensione identitaria come realtà unica ed insieme degli elementi distintivi dei 10 comuni.
- valorizzazione di questi elementi come plus per l'attività turistica.

Uno dei punti di forza del progetto è stato quello di individuare una brand identity, appunto "Be in Wonder Land" che riconducesse l'area imolese ad oggetto di un'esperienza fantastica e soggetto di un racconto reale e immaginario dalle mille sfaccettature.

Tale brand, che in generale contraddistingue l'area imolese per tutte le promozioni a contenuto turistico, per le attività comunicative, grafiche e visive, anche digitali, del Progetto per l'anno 2023, sarà oggetto di condivisione con il coordinamento di Bologna Welcome, in linea con le "Linee di indirizzo" a valere per il triennio 2023-2024, recepite dall'Avviso Pubblico.

Il progetto si propone la realizzazione di circa 30 iniziative nel territorio dei Comuni del Nuovo Circondario Imolese alla scoperta del territorio: un vero e proprio viaggio esperienziale per la conoscenza di paesaggi dalle mille sfaccettature. Un programma di passeggiate d'arte, visite sensoriali, itinerari tra storia e natura che si svolgeranno da maggio a dicembre 2023.

"Be in Wonder Land - Culture Sport Nature in Imola area" sarà anche la vetrina delle eccellenze del territorio: in abbinamento alle passeggiate, escursioni, camminate (a piedi o in bici) tutte accompagnate da guide specializzate, saranno infatti proposti ai partecipanti momenti di conoscenza e approfondimento delle eccellenze naturalistiche, enogastronomiche (con focus sui prodotti De.Co.; enoturismo con visite alle cantine, degustazioni, ecc.), culturali, storiche.

Tra le diverse esperienze da proporre a visitatori e turisti, di particolare interesse saranno quelle realizzate con itinerari comprendenti la ciclovia del Santerno e la Via dei Gessi, come anche le rocche (in primis quelle di Imola e Dozza) e i palazzi e i castelli dislocati nel territorio.

Inoltre, tra le novità dell'edizione 2023, alcune escursioni saranno realizzate, nel periodo estivo, in notturna, sotto la guida di esperti; una occasione unica per sperimentare "udito, tatto e olfatto": i sensi che entrano maggiormente in gioco quando arriva la sera. Nelle ore notturne infatti la percezione di questi segnali si amplifica, e si può scoprire che camminare di notte è un'esperienza davvero interessante: nel mezzo di un bosco o nei sentieri pedecollinari, avvolti dall'oscurità, si possono acquisire nuove informazioni, nuove sensazioni, nuove emozioni dove la natura diventa così una sorta di laboratorio multisensoriale.

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.

Al fine di superare una criticità riscontrata nell'edizione precedente, consistente nelle difficoltà per alcuni visitatori che non disponevano di mezzi propri di raggiungere i luoghi di partenza delle esperienze, per l'edizione 2023 si avrà cura di comprendere nel programma iniziative che tengano conto dei collegamenti con la rete ferroviaria e bus, ciò

anche al fine di una riduzione dell'impatto ambientale.

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 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 gli IAT e UIT, extraBO e altri punti strategici sotto il profilo della ricettività turistica (IF, Terme, Golf, ecc.);
4. attivazione di campagne di web marketing e social marketing;
5. coinvolgimento delle attività economiche connesse al progetto (commercio, agricoltura, artigianato, ecc.).

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Outdoor Active&Slow - Natura e benessere - Food & Wine – Cultura.

MERCATI DI INTERVENTO

Le azioni del progetto si rivolgono prevalentemente al turista italiano, anche di prossimità (Province e Regioni limitrofe).

SEGMENTI DI DOMANDA

Le azioni sono studiate per un target orientato prioritariamente alla visita dei piccoli borghi, di aree poco conosciute anche se di prossimità, aree rurali e appenniniche, dei parchi naturali ed oasi protette, lungo cammini e vie storiche, ciclovie e strade a basso traffico, nei luoghi di benessere a 360°. Un target non solo individuale ma anche di famiglie e piccoli gruppi.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

- Comuni del Nuovo Circondario Imolese
- Pro Loco
- Associazioni del Territorio - IF, extraBO, Bologna Welcome, Enoteca Regionale
- Associazioni di categoria imprese economiche
- Imprese del territorio (cantine, agriturismi, aziende agricole, ecc.)

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Le attività produttive coinvolte saranno sensibilizzate, con il coordinamento di IF, a proporre azioni di commercializzazione dei propri prodotti e servizi parallelamente alla promozione del progetto.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Da maggio a dicembre 2023.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Ideazione di itinerari tematici opportunamente studiati per garantire l'accessibilità anche ad un'utenza diversamente abile;</p> <p>2. inserimento degli itinerari all'interno dei siti turistici dei Comuni e degli altri portali turistici della destinazione (eXtraBO, IF, Bologna Welcome, etc) tenendo conto dei criteri di accessibilità;</p> <p>3. realizzazione e stampa materiali promozionali dedicati (depliant, brochure, mappe, video, gadget, etc.);</p> <p>4. attivazione di campagne di web marketing e social marketing</p>	<ul style="list-style-type: none">• Numero degli itinerari progettati;• Numero dei partecipanti con verifica provenienza territoriale• Numero richieste di informazioni presso gli uffici IAT-UIT;• Numero dépliant e materiale stampato• rassegna stampa;• numero dei siti in cui è presente il progetto• riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante i tour;

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 10.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 10.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

10) Imola Faenza Tourism Company s.c.ar.l. - Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovía del Santerno: una promozione integrata per il territorio circondariale

P.G. n. 68121/2022
Integrazione P.G. n. 68132/2022
Integrazione P.G. n. 70679/2022
Integrazione P.G. n. 70842/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Delega del Comune di Borgo Tossignano

DESCRIZIONE SINTETICA

Titolo del progetto: “Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovía del Santerno: una promozione integrata per il territorio circondariale” Descrizione sintetica (esplicitare in dettaglio gli obiettivi e altri elementi rilevanti al fine della valutazione tecnica del progetto, max. 2 pagine): Il parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola è un’area protetta (più di 6.000 ha) che si estende dalla vallata del Fiume Lamone a quella del Torrente Sillaro, attraversa due province (Bologna e Ravenna) e interessa per il versante bolognese il territorio di tre Comuni del Nuovo Circondario: Casalfiumanese, Borgo Tossignano e Fontanelice - inoltre, da fine 2021 il Comune di Imola è tra i soggetti amministrativi partecipanti all’Ente Parco. Istituito nel 2011 dalla Regione Emilia Romagna, il Parco sovrappone il proprio territorio di riferimento con il SIC-ZPS Vena del Gesso Romagnola: il sito presenta fenomeni carsici nelle evaporiti di estremo interesse e particolarità, tanto da portare alla candidatura a Patrimonio dell’Umanità UNESCO. Il Parco della Vena del Gesso Romagnola, quindi, rappresenta una grande opportunità turistica che deve essere adeguatamente proposta e promossa al target di riferimento integrandola con le molte altre realtà interessanti che il territorio offre. Nel versante bolognese del Parco e, più precisamente, nel Comune di Borgo Tossignano, si trovano la “Casa del Fiume”, centro visite del Parco stesso (già sede dello UIT fino all’anno 2015 e poi nel 2019; dotata di un punto di ristoro e di un ostello, oltre che di spazi didattici opportunamente allestiti) e il “Museo della Vena del Gesso Romagnola”, situato nel cinquecentesco palazzo baronale, recentemente ristrutturato e riaperto con nuovi allestimenti multimediali e importanti collezioni di reperti (anche il museo, in convenzione con il Parco, è stato utilizzato quale sede dello UIT dal 2015 al 2018). Dal Centro visite Casa del Fiume passa la “Ciclovía del Santerno”, un’infrastruttura di recente inaugurazione che partendo dalla pianura imolese arriva fino al confine toscano, attraversando tutti i comuni della vallata. La promozione di queste peculiarità diventa perciò essenziale per mirare a rinnovare la strategicità geografica, ambientale e turistica dell’area. Luoghi dove si può apprezzare, conoscere, fare esperienza di quanto hanno da offrire il Parco e la Vallata del Santerno: i gessi, i calanchi, il fiume e tutti quei sentieri e percorsi che si incrociano proprio su quel territorio. Una vallata che può aspirare a diventare il nuovo fulcro della fruizione sostenibile, del turismo slow e ambientale del territorio, in connessione con gli altri Comuni del Circondario e con le limitrofe aree naturalistiche (ad esempio i Gessi bolognesi sono collegati a Tossignano dalla Via dei Gessi e dei Calanchi). Inoltre, l’offerta costituita dagli elementi natura/ambiente grazie al Parco e sostenibilità grazie alla Ciclovía, va a completare la proposta turistica già messa a punto in questi anni da IF che, nello stesso tempo, viene rafforzata da questa stessa proposta. Infine, il trend del turismo natura presenta dati sempre più importanti, sia per quanto riguarda il mercato interno che quello straniero. In particolare quest’ultimo (e soprattutto quello dai paesi del centro e nord Europa) ha una propensione consistente verso il turismo natura con preferenza per le proposte che coniugano l’ambiente con la cultura e l’enogastronomia e che presentano la possibilità di trovare non solo paesaggi nuovi e luoghi di relax, ma anche piccoli centri, custodi di tradizioni e suggestioni. In questo senso l’offerta che il territorio è in grado di proporre al turista rispecchia appieno questo tipo di esigenze: un Parco e una Vallata letteralmente “a misura d’uomo”, pur presentando situazioni particolarmente interessanti dal punto di vista naturalistico e curate sotto l’aspetto dell’ospitalità e delle tipicità agroalimentari, dove molti sono i percorsi con possibilità di effettuarli sia a piedi, sia in bike o cavallo. Il progetto si sviluppa in due tranche che procedono in maniera parallela e complementare. Una parte prevede l’attivazione di una comunicazione dedicata al network Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovía del Santerno, che faccia conoscere ad un pubblico ampio quest’area, non disgiunta tuttavia dal contesto territoriale in cui è inserita e dall’offerta che questa può proporre al turista. Un’altra parte, che procederà parallelamente, prevede lo sviluppo, l’implementazione e la

promozione di iniziative, eventi, itinerari e pacchetti dedicati che in genere costituiscono un forte richiamo per il turista. 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:

- 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;
- impostare una comunicazione integrata dando la massima visibilità al marchio Parco e a quello Ciclovía e utilizzare questa novità per generare nuovo interesse nei confronti dell'intero territorio;
- aumentare e favorire l'appeal di questo territorio, cercando di renderlo leader per la tematica natura/ambiente integrata dall'ulteriore tematica outdoor/active&slow (bike, trekking, cammini, etc.);
- 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, più complete rispetto alle precedenti, 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 con un alto grado di innovazione e creatività ed il pieno coinvolgimento di tutte le località della Vallata del Santerno e dei Comuni limitrofi (ad esempio eco-terapia/silvoterapia per riscoprire il contatto diretto con la natura e ricavare energia positiva dagli alberi, ad esempio frassini, querce e betulle - ben presenti nel Parco della Vena dei Gessi – o working holiday, settimane verdi per scoprire il territorio collaborando al suo mantenimento – manutenzione dei sentieri, plogging, etc. - o ancora family holiday building, vacanza immersiva con coach che mette in gioco le dinamiche familiari a contatto con particolari situazioni – in questo caso in un parco naturale)
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 per il cluster bike che per quello hike, ma anche di predisporre di nuovi
3. realizzazione e stampa materiali promozionali integrati anche in lingua (dépliant, brochure, mappe, video, foto, gadget, etc.)
4. realizzazione di cartellonistica integrata (ad esempio predisposizione di segnaletica lungo la Ciclovía che utilizzando la grafica della Ciclovía stessa indichi le distanze ai luoghi d'interesse nei dintorni e/o alle strutture ricettive, etc.)
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 press tour per giornalisti e/o blogger

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Dal punto di vista dei prodotti il progetto contempla alcuni tra quelli definiti dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022/2024 e dalle Linee di indirizzo strategico-programmatico pluriennali 2021 – 2023 elaborate con particolare riferimento all'ambito metropolitano bolognese dalla Destinazione turistica Bologna metropolitana in convenzione con la Provincia di Modena, come di seguito elencati:

- Outdoor Action/Slow – Cicloturismo nei sub ambiti metropolitani (Ciclovía del Santerno) e Cammini elementi fondanti che vanno sempre più sviluppati anche declinando il tema naturalistico-ambientale e del benessere;
- Natura e benessere – messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, etc.;
- Cultura – valorizzazione di borghi, rocche, castelli e proposte museali tematiche.

In particolare si riporta quanto indicato nelle Linee guida regionali per il triennio 2022/2024:e con la volontà

di immettere sui mercati turistici prodotti sempre altamente performanti a livello nazionale ed internazionale, si indica come nel triennio 2022/2024 gli organi deputati all'attività promo-commerciale e di valorizzazione turistica dovranno focalizzare l'attenzione prevalente sullo sviluppo di prodotti legati al tema dell'outdoor&green (intendendo come tali tutte quelle opportunità legate ai percorsi/sentieri, ai cammini, al tema del bike in tutte le sue varie formule, alle opzioni ambientali/naturalistiche, etc.), a quelli che trovano localizzazione nei centri minori e nei borghi (comprendendo tutto ciò che in questi luoghi accade in relazione all'identità che sanno esprimere: castelli, palazzi, monasteri, etc.), alla vacanza attiva in tutte le sue potenziali alternative sino agli aspetti culturali (intesi sia come beni culturali, sia come grandi eventi in grado di esprimere contenuti preminenti nell'ambito culturale internazionale).

MERCATI DI INTERVENTO

Ovviamente il mercato italiano costituirà il target primario, in cui promuovere il Parco, la Vallata del Santerno e i territori limitrofi. Per quanto riguarda il mercato straniero sono stati individuati:

- Germania, Austria, Svizzera, Francia per l'area di prossimità;
- Benelux, Gran Bretagna, Paesi Scandinavi per l'area europea.

Tali mercati hanno già dato anche negli anni precedenti buoni risultati in termini di presenze.

SEGMENTI DI DOMANDA

La comunicazione e le azioni previste dal progetto si rivolgeranno al target interessato al turismo natura, alla visita dei piccoli borghi, di aree extraurbane poco conosciute, aree rurali e appenniniche, dei parchi naturali ed oasi protette, lungo cammini e vie storiche, ciclovie e strade a basso traffico, nei luoghi di benessere e buon vivere. Le attività sono pensate non solo per individuali, ma anche per famiglie e piccoli gruppi.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

1. Ente di Gestione Parchi e Biodiversità – Romagna
2. Comuni del Nuovo Circondario Imolese – in particolare i Comuni della Vallata del Santerno: Casalfiumanese, Borgo Tossignano, Fontanelice, Castel del Rio
3. ASCOM, CONFESERCENTI, CIA e COLDIRETTI Imola/Bologna
4. Aziende Agricole, strutture ricettive, ristoranti, operatori locali
4. Noleggiatori bike
5. Consorzio del Marrone di Castel del Rio
6. Guide turistiche, escursionistiche e guide specializzate bike
7. Musei Civici Imola
8. Ceas Nuovo Circondario
9. CAI Imola
10. Ecosistema
11. Associazioni Pro Loco dei Comuni del Circondario
12. Uffici IAT/UIT del Nuovo Circondario Imolese
13. Punto eXtraBO

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gennaio-dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Una naturale evoluzione della Vallata a cui questo progetto deve portare, consiste nell'integrare il "centro visite della Casa del Fiume", quale punto naturale di incontro dei molti percorsi e della Ciclovie del Santerno, con un info point (o IAT diffuso) in grado di corrispondere alle varie esigenze dei referenti territoriali e dell'utenza. Inoltre, sulla base di un lavoro già avviato da IF in questi anni, 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 operanti sul territorio. Per favorire la collaborazione e l'incremento delle attività di guide e accompagnatori, sarà definito periodicamente un cartellone delle visite/tour che si svolgeranno sul territorio, promuovendone quindi la comunicazione. Vista l'attività bike che

si vuole incrementare anche in considerazione della ciclovia, si intende coinvolgere i punti di ristoro e gli agriturismi del territorio perché diventino sempre più “bike friendly” prevedendo di mettere a disposizione dei ciclisti una piccola officina/kit di riparazione, un attacco all’acqua per il lavaggio delle biciclette, un attacco elettrico per eventuali e-bike, nonché proporre mini menu dedicati ai ciclisti di passaggio.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<ol style="list-style-type: none"> 1. sviluppo di nuove proposte con un alto grado di innovazione e creatività 2. implementazione di ulteriori percorsi esperienziali sul territorio 3. realizzazione e stampa materiali promozionali integrati anche in lingua 4. realizzazione di cartellonistica integrata 5. azioni di comunicazione 6. organizzazione press tour per giornalisti e/o blogger 	<ul style="list-style-type: none"> • monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze relative elaborazioni; • calcolo degli accessi ai siti turistici delle varie località del territorio • Richieste di informazioni presso gli uffici IAT • il numero contatti presso fiere ed eventi pubblici e riscontri ottenuti; • accessi al sito Internet; • Monitoraggio delle campagne di web marketing e social marketing; • risultati dell’inserimento nei cataloghi degli operatori del turismo; • rassegna stampa • riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante gli eventi e le iniziative

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 28.300,00. L’importo è iva esclusa poiché non rappresenta un costo

SPESE AMMISSIBILI: € 21.100,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 7.200,00 Spese di investimento (realizzazione posa cartellonistica)

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

11) Unione Reno Galliera - *La Ciclovía del Reno: un nuovo brand nella promozione turistica della Pianura bolognese*

P.G. n. 68122/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Sustenia;
2. Pedalalenta;
3. Associazioni di categoria agricoltura, commercio, guide escursionistiche e ambientali.

DESCRIZIONE SINTETICA

In vista del completamento della Ciclovía del Reno previsto per il mese di maggio 2023, l'idea progettuale che si intende sviluppare mira alla costruzione del nuovo brand della ciclovía stessa. Caposaldo della promozione/comunicazione della nuova infrastruttura, il logo sarà alla base della produzione di alcuni strumenti di promozione, come la mappa della ciclovía e un gadget legato al tema del cicloturismo. Il progetto, nel rispetto delle Linee di indirizzo strategico-programmatico della Destinazione Turistica Bologna Modena, si sviluppa sulla linea di Outdoor Active&Slow - cicloturismo nel sub ambito metropolitano pianura con la volontà di allargare la collaborazione all'ambito sovra metropolitano con la provincia di Ferrara (progetto Le Terre del Guercino, vedi punto successivo Eventuale integrazione con azioni di promozione turistica di livello regionale e/o sovra regionale). A completamento della costruzione dell'identità della Ciclovía del Reno verrà realizzato un evento cicloturistico da realizzarsi nel periodo di settembre/ottobre: un evento aperto al pubblico che porterà alla fruizione/conoscenza della nuova infrastruttura con visite guidate agli attrattori turistici che insistono sull'itinerario e scoperta di alcuni prodotti locali.

Gli obiettivi sono:

- favorisce la promozione dell'identità della nuova infrastruttura, consolidando l'identità e l'immagine del territorio naturalmente vocata al cicloturismo attraverso la valorizzazione delle proprie specificità;
- caratterizzare la nuova infrastruttura con un proprio brand in tutti i diversi ambiti di applicazione: segnaletica, materiale promozionale (brochure, mappe, gadget), prodotti e contenuti dell'eco sistema digitale della Destinazione, eventi, prodotti turistici;
- produrre il materiale di promozione specifico della nuova infrastruttura in linea con l'immagine coordinata della Destinazione Turistica Bologna e Modena per ampliare (e aggiornare) gli strumenti promozionali presenti a eXtraBO, il futuro IAT di San Giovanni in Persiceto e alle fiere di settore a cui partecipa la DMO della Destinazione;
- continuare, attraverso la realizzazione dell'evento cicloturistico, nella realizzazione di iniziative prototipiche alla costruzione di prodotti turistici per la pianura bolognese: un'escursione di una giornata capace di mettere assieme l'utilizzo della bicicletta, la scoperta dei principali attrattori culturali del territorio, i prodotti tipici attraverso una integrazione dei servizi afferenti ai diversi settori (agricoltura, trasporti, commercio). L'evento verrà calendarizzato indicativamente nel mese di settembre, in linea con l'arco temporale del cartellone Bologna estate;
- sviluppare servizi che garantiscano l'accessibilità: la mappa della ciclovía e l'evento saranno realizzati tenendo conto della fruizione anche da parte di soggetti disabili.

AZIONI

1. Procedimento amministrativo per l'individuazione del fornitore del servizio di progettazione e ideazione del logo della Ciclovía del Reno;
2. progettazione con i soggetti coinvolti per la realizzazione dell'evento (escursione cicloturistica) in coordinamento con le azioni di promozione programmate dal Territorio Turistico Bologna Modena e la tempistica del cartellone Bologna Estate; l'evento sarà progettato per la valorizzazione dei principali attrattori che insistono sulla ciclovía del Reno;
3. ideazione, declinazione e applicazione del logo in coordinamento con l'eco sistema digitale del Territorio Turistico Bologna-Modena;
4. realizzazione della mappa e del gadget legati alla ciclovía del Reno;
5. realizzazione dell'escursione cicloturistica sulla Ciclovía del Reno;
6. verifiche del gradimento.

MERCATI DI INTERVENTO

Il mercato di intervento è principalmente quello nazionale, l'obiettivo è lavorare per una ricaduta sulla domanda domestica, legato alla Città Metropolitana e alla Regione Emilia Romagna, allargato a quello nazionale legato ai turisti che gravitano sulla città di Bologna. È ragionevole immaginare una ricaduta anche per il mercato internazionale sempre legato ai turisti che gravitano sulla città di Bologna e alla possibilità di collegamento con la Ciclovia del Sole.

SEGMENTI DI DOMANDA

Turismo sostenibile, slow, famiglie, verde, escursionismo e cicloturismo, rurale, benessere.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Pianura Bolognese.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Progetto sperimentale e in via di definizione Bologna Ferrara, Città Patrimonio Unesco. La valorizzazione della Ciclovia del Reno apre a nuove opportunità di collaborazione con la Destinazione Romagna, più precisamente la città e la provincia di Ferrara ai confini con la Città Metropolitana di Bologna. La possibilità di sviluppare prodotti legati alle Terre del Guercino (San Giovanni in Persiceto, Pieve di Cento, Cento solo per citare le più importanti) si interseca con la realizzazione del nuovo brand della ciclovia del Reno.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Marzo - ottobre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

L'ideazione del logo della ciclovia del Reno è alla base della costruzione dell'identità di ogni tipo di prodotto turistico che si andrà a sviluppare su questa infrastruttura: l'identificazione della ciclovia attraverso un elemento grafico efficace renderà più immediata l'identificazione dei servizi e dei prodotti collegati alla struttura. L'evento si pone l'obiettivo di consolidare un itinerario già sperimentato e finalizzato alla realizzazione di proposte commerciali nella pianura bolognese sfruttando le principali infrastrutture per il cicloturismo.

ALTRO

Il progetto si inserisce in un più ampio lavoro di valorizzazione e riconoscimento identitario della pianura bolognese in relazione al prodotto Outdoor Active&Slow – cicloturismo: accanto all'ormai consolidata Ciclovia del Sole e il recente lavoro di 'brandizzazione' della Ciclovia del Navile nella sua più ampia dimensione dell'itinerario 'Bologna mare', il progetto "La ciclovia del reno: un nuovo brand nella promozione turistica della pianura bolognese" vuole mettere un altro tassello nello sviluppo di servizi e prodotti turistici per il cicloturismo in stretto coordinamento con tutte le azioni intraprese dal Territorio Turistico Bologna e Modena.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Declinazione e applicazione del logo, realizzazione e stampa della mappa della ciclovia, realizzazione gadget	Quantitativa: Numero e tipologia di applicazione, numero di mappe e gadget distribuiti
Realizzazione dell'evento	Quantitativa: numero dei partecipanti Qualitativa: riscontro e gradimento sulla proposta.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 8.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 8.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

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

P.G. n. 68124/2022
Integrazione P.G. n. 71880/2022
Integrazione P.G. n. 71902/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO:

IT.A.CÀ è un progetto di coprogettazione partecipata che tende ad ampliare annualmente la propria rete. Pertanto, di seguito saranno indicati la maggior parte dei partner che hanno partecipato operativamente (persone che hanno progettato le iniziative con la squadra di IT.A.CÀ, partner tecnici, ecc.) nelle ultime due edizioni e che si ha intenzione di coinvolgere nell'edizione 2023:

1. Ass. Apicoltori Felsinei
2. Ass. Appennino Geopark,
3. Ass. Bagherang
4. Ass. Burattinificio Mangiafuoco,
5. Ass. CAI Gruppo Medio Reno
6. Ass. Campi aperti
7. Ass. Centro della Pace
8. Ass. Gruppo della Stadura
9. Ass. Il Cassero LGBTQ+
10. Ass. Il Giardino di Pimpinella
11. Ass. Instabile Portazza,
12. Ass. La Caracola,
13. Ass. la Girobussola
14. Ass. La Skarrozata
15. Ass. Lokomotiv
16. Ass. Montagna di Suono - Rifugio Acatù
17. Ass. Oltre - Camere d'Aria
18. Ass. Orti Urbani Giardino Peppino Impastato
19. Ass. principato di Qualto
20. Ass. Proloco Cereglio
21. Ass. R.U.S.KO
22. Ass. Salvaiciclisti Bologna
23. Ass. Samà
24. Ass. Senzaspine - Mercato Sonato
25. Ass. Team Leggero
26. Ass. Tempo e Diaframma
27. Ass. Terzo Tropico - QR Gallery.
28. Ass. Viva il Verde
29. Az. A casa della Ross
30. Az. Agr. Casetta
31. Az. Agr. il Cerro
32. Az. Al di là del fiume (terra e cielo)
33. Az. AR.CO WOOD
34. Az. BeeBo
35. Az. Casa Rugiada
36. Az. Estravagario, Cafè Bio e Solidale
37. Az. Frui Lab, 38. Az. giRaffa – il cuore delle famiglie Green,
39. Az. Il Forno di Calzolari
40. Az. La Bottega di Silvia
41. Az. Le mucche di Guglielmo
42. Az. Libreria Igor
43. Az. Mezzini Bike
44. Az. Pasto Nomade.
45. Az. Rifugio Fantorno

46. Az. Senape Vivaio Urbano
47. Az. Slow Emotion
48. Az. Villaggio della Salute Più
49. Azz. Il Rovescio
50. Biblioteca di San Giorgio di Piano
51. Biblioteca-pinacoteca Pieve di Cento “Le Scuole”
52. Casa di quartiere 2 agosto 1980 – Orti Urbani di Via Saragozza 142
53. Casa di Quartiere Ca’ Salare 54. Casa di Quartiere Villa Paradiso
55. Centro Interculturale Zonarelli
56. Centro Sociale il Mulino
57. Centro Visite Oasi La Rizza ex Risaia di Bentivoglio
58. Cimitero Monumentale della Certosa – Museo del Risorgimento
59. Circolo Arci Benassi
60. Circolo Arci Guernelli
61. Circolo Arci La Fattoria
62. Comitato Due Madonne
63. Compagnia teatrale Circo SottoSopra
64. Compagnia Teatrale Collettivo MetroZero
65. Compagnia teatrale LegÀmi
66. Comune di Bentivoglio
67. Comune di Castel D’Aiano
68. Comune di Marzabotto
69. Comune di Monghidoro
70. Comune di Monzuno
71. Comune di Pieve di Cento
72. Comune di San Giorgio di Piano
73. Coop. Accaparlante – CDH
74. Coop. Anima
75. Coop. Arvaia
76. Coop. Baumhaus,
77. Coop. Copaps
78. Coop. Eta Beta
79. Coop. Ex Aequo Bottega del Mondo
80. Coop. Foiatonda
81. Coop. Il Passo della Barca
82. Coop. La Carovana
83. Coop. Madreselva
84. Coop. Piazza Grande
85. Coop. Camilla Emporio di comunità
86. Coro Le Mondine di Bentivoglio
87. Fondazione Gualandi
88. Fondazione Silvia Parente
89. Gruppo Blog del Pilastro
90. Gruppo Genti e Sorgenti
91. Gruppo Musicale Fragola e tempesta
92. Gruppo studi Savena Setta Sambro
93. Istituto dei Ciechi F. Cavazza – Museo Tolomeo
94. Museo della Civiltà Contadina – Villa Smeraldi
95. Museo della Civiltà contadina e Piccolo Museo dell’Emigrante - Centro di documentazione

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.

Obiettivi

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 un obiettivo fondamentale o obiettivo ombrello: contribuire al branding bolognese, promuovendo territorio metropolitano come meta responsabile, sostenibile e accessibile. Questa è la base per perseguire tre obiettivi-corollari: due legati al target, uno legato alla trasformazione delle abitudini di viaggio dei turisti, alla salvaguardia del tessuto sociale ed economico cittadino, alla stagionalizzazione dell'offerta turistica e al conseguente rispetto della carrying capacity della città:

- raggiungere il bacino dei "turisti responsabili", ancora un tipo di turismo di nicchia, ma che si sta ampliando esponenzialmente;
- Raggiungere il target famiglie con bambini, persone con disabilità e bisogni speciali; un'offerta diversificata e attenta agli special interest, capace di valorizzare le peculiarità territoriali sia al livello culturale e artistico che al livello ambientale-naturalistico ed enogastronomico.
- contribuire alla transizione ecologica e sostenibilità sociale del comparto turistico metropolitano;

Declinazione dell'obiettivo primario "Brand Bologna" e dei suoi corollari

A differenza dei precedenti progetti di Promozione turistica territoriale locale, si vuole iniziare dalle strategie riguardante la comunicazione, partendo dalla premessa che non si può più considerare il progetto IT.A.CÀ esclusivamente come un festival che ha un inizio e una fine in un determinato lasso temporale, ma è da considerarsi

- una piattaforma di attori territoriali che partecipano alla promozione del territorio metropolitano;
- un brand bolognese che veicola i valori e le peculiarità turistiche proprie del Turismo responsabile al livello nazionale
- un metodo di progettazione turistica partecipata adottato da 25 territori italiani per innescare processi di sviluppo turistico sostenibile.

Branding Bologna Sostenibile e Accessibile

Ambito metropolitano

Per costruire il brand Bologna, IT.A.CÀ propone di sistematizzare una selezione delle offerte turistiche sperimentate in 14 anni di festival attraverso un percorso di coprogettazione partecipato in primis dagli attori principali del panorama turistico metropolitano - Territorio Turistico Bologna Modena, Bologna Welcome, eXtraBO, Modenatour - coadiuvati dagli attori territoriali con cui negli anni si sono progettate sperimentate le iniziative del festival, in particolare gli itinerari esperienziali in bici e a piedi che hanno previsto un forte coinvolgimento della comunità locale, peculiarità delle iniziative di IT.A.CÀ e elemento importante di autenticità.

Rafforzare il comparto bike.

Un aspetto rilevante per il branding-sostenibilità è il cicloturismo ancora poco sviluppato rispetto al settore dei cammini. In questo contesto al livello comunicativo si vuole intervenire attraverso una comunicazione specifica sui vantaggi di visitare il territorio in bici e attraverso l'organizzazione di una rassegna specifica, in grado di valorizzare le principali ciclovie che percorrono il territorio. Valorizzazione dei cammini minori e ri-raccontare i cammini più noti Creazione di sistema di cammini fuori dalle vie principali, nei territori che non sono attraversati dai percorsi più noti; fornire modalità "diverse" di percorrenza dei Cammini più conosciuti, coinvolgendo maggiormente gli attori locali come aziende agricole, artisti, botteghe artigiane per proporre un'esperienza, non solo performativo-escursionistica, ma un autentico contatto con la comunità locale.

Ambito urbano

In ambito urbano ci si propone di sviluppare strategie legate agli special interest, agendo sia al livello di strutturazione del prodotto, sia al livello di comunicazione, sulla godibilità della "giornata insieme", sulla "Bologna inedita". In particolare si vuole valorizzare la storia contemporanea che dal centro conduce alle periferie: - Architettura popolare contemporanea come avanguardia urbanistica bolognese in grado di veicolare un'idea politica e di comunità: Bologna come modo di essere politico-comunitario; - Valorizzare di luoghi e comunità legati alla Resistenza che si connettono alla linea gotica - Valorizzazione la musica popolare e underground bolognese e, al contempo, valorizzare la musica classica, spostando il baricentro performativo dal centro alle periferie.

Accessibilità

Grazie alla rete del turismo accessibile di IT.A.CÀ, nelle edizioni 2021-2022 c'è stata un'implementazione dell'accessibilità su tutte le iniziative. È necessario continuare il lavoro di coprogettazione di metodologie e pratiche, continuando il lavoro di design for all portato avanti in questi anni che ha visto persone con disabilità, in particolare con disabilità visiva, ma non solo, entrare e coprogettare in rete le iniziative che lo compongono il festival.

AZIONI

1. **Pubblicazioni: guida IT.A.CÀ Bologna per pc e per il mobile** con una selezione degli itinerari creati e sperimentati in 14 anni di festival, in collaborazione con Bologna Welcome, eXtraBO, Territorio Turistico Bologna Modena, Modenatur. La guida sarà tradotta anche in inglese e sarà corredata da indicazioni sull'accessibilità dei percorsi e dei luoghi.

2. Lancio del contest Premio Turismo responsabile Territorio Turistico Bologna-Modena

In collaborazione con le DMO di Bologna e Modena, i finalisti entreranno a far parte dell'offerta delle DMO locali e nella piattaforma/Guida IT.A.CÀ Bologna previa partecipazione a un tavolo di coprogettazione in cui affineranno la propria iniziativa e la sua comunicazione.

3. Festival IT.A.CÀ Bologna.

3.1 Bologna by Bike

a. Coprogettazione e realizzazione di almeno 6 itinerari in bici:

- due nell'area montana e/o pre montana alla scoperta di borghi, rocche, natura, tradizioni;
- due nei quartieri periferici di Bologna alla scoperta delle periferie urbane;
- due nell'area di pianura alla scoperta del patrimonio storico, culturale e naturalistico.

b. 2 Workshop in presenza e online su come organizzare un viaggio in bici, come riparare la bici in viaggio, quali sono le vie e i luoghi da visitare in bici e perché. I workshop saranno ripresi e costituiranno uno più video promozionali *IT.A.CÀBO by bike* con sottotitoli in inglese e in LIS.

Saranno organizzate performance e eventi artistici in luoghi significativi lungo i percorsi.

3.2 Bologna a Piedi

Saranno co-progettati e realizzati 4 itinerari a piedi:

due itinerari montani che uniranno le peculiarità storiche, artistiche, naturalistiche e produttive

due itinerari nella città di Bologna dedicati alla periferia Bolognese, le sue peculiarità architettoniche, le aziende virtuose della filiera fair, gli spazi di aggregazione.

Saranno organizzate performance ed eventi artistici in luoghi significativi lungo i percorsi.

4. 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. Video promozionali.

5. Accessibilità di tutti gli eventi e dei prodotti mediatici

Due sopralluoghi per itinerario per un totale di circa 20 appuntamenti per verificare l'accessibilità dei percorsi e dei luoghi per le persone con disabilità motoria e per predisporre le esperienze multisensoriali per le persone con disabilità visiva. Per le persone sorde sarà predisposto l'interpretariato LIS per ogni iniziativa, video, sempre in LIS e con sottotitolazione, per promuovere gli eventi. Mappe tattili e plastici con materiali di recupero per le persone con disabilità visiva.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

● City Break

Palazzi e siti storici pubblici e privati

● Cultura

Borghi con rocche e castelli.

- Outdoor Active&Slow

Cicloturismo a livello sovra-metropolitano

Ciclovia del Sole

- **Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani**

Appennino: Bike experience;

Pianura: Ciclovia del Navile e offerta afferente a filoni di prodotti diversi che insiste sui percorsi lungo le Antiche Paludi Bolognesi e il fiume Reno.

- **Cammini**

Via degli Dei;

Via della Lana e della Seta;

Mater Dei;

Linea Gotica;

Piccola Cassia con le «bretelle» da Bologna a Monteveglio e da Gaggio Montano a Porretta;

Flaminia minor (attività di accompagnamento all'avvio dell'itinerario).

- **Natura e benessere**

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi e al sistema termale nell'accezione wellness.

- **Food&Wine**

Visite alle aziende e alle aree di produzione delle eccellenze del Territorio Turistico BolognaModena e show-cooking;

- **Special interest - Musica**

Valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano

MERCATI DI INTERVENTO

Il presente progetto è stato pensato per favorire un **turismo domestico e di prossimità** attraverso una strategia che sia al contempo efficace (a lungo termine) per promuovere il territorio metropolitano anche per un bacino di utenza straniera. Attraverso una coprogettazione in collaborazione con Bologna Welcome, eXtraBO e Modenatur, e grazie ad un costante lavoro di traduzione in inglese delle iniziative si vuole puntare anche a un **turismo straniero**, attento alle tematiche della sostenibilità e propenso alle vacanze lente e a contatto con la comunità locale.

SEGMENTI DI DOMANDA

Il nostro segmento è costituito da un gruppo di persone omogeneo per interessi, aspettative e comportamenti: turisti che ricercano un contatto autentico con la popolazione locale, amano i cammini, gli itinerari in bici e una fruizione "sportiva" del territorio. Allo stesso tempo, ci rivolgeremo a turisti e residenti che vogliono approfondire un certo aspetto della cultura locale, del patrimonio naturalistico ed enogastronomico senza fatica, proponendo la fruizione sostenibile del territorio (cammini, percorsi in bici, ecc.), come la più appagante e funzionale a un'esperienza autentica. I segmenti prevalenti saranno quelli del turismo individuale, familiare o di piccoli gruppi organizzati in modo da essere conformi ai principi di responsabilità e sostenibilità che promuoviamo e dare ai fruitori un senso di sicurezza e rispetto delle norme vigenti in termini di sicurezza sanitaria. Con l'approfondimento di aspetti culturali inediti e underground, si vuole raggiungere anche un bacino turistico di giovani dai 18 ai 30 anni. Trasversalmente ai segmenti individuati sopra, con la coprogettazione di esperienze turistiche accessibili, si vuole raggiungere il bacino turistico costituito dalle persone con disabilità, in particolare quella visiva, motoria e uditiva, implementando le partnership con media di settore sia locali che nazionali.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Appennino Bolognese

Unione dell'Appennino Bolognese, Comune di Alto Reno terme, Strada dei vini e dei sapori dell'Appennino Bolognese-Montagna Amica, Unione Montana Valli Savena-Idice, Apicoltori Felsinei, Campi aperti, Cooperativa Madreselva.

Marzabotto

Comune di Marzabotto, Pro Loco Marzabotto, Museo nazionale etrusco, Azienda Agricola La casetta, A casa della Ross, Il Giardino di Pimpinella, Il Poggiolo, Al di là del fiume (terra e cielo), Agriturismo il Cerro, Rifugio il Poggiolo, Agriturismo Ca' Inua, Appennino Geopark, Cai Gruppo Medio Reno, Centro Giovanile Kainua, Coro Farthan, Associazione Frequenza Appennino, La Caracola, Associazione, BeeBo, Montagna di Suono, Villa Aria, Fiab Monte Sole Bike group, AMI Bike, ASD Gemini MTB.

Monzuno

Comune di Monzuno, Fragola e tempesta, Rifugio Acatù, Az. Le mucche di Guglielmo, Gruppo studi Savena Setta Sambro, Proloco Monzuno, Associazione Montagna di idee, La Fattoria di Mary, Azienda Agricola Rambaldi Luca, Azienda Agricola Collina.

Monghidoro

Comune di Monghidoro, Triton's Park, Rifugio Fantorno, Il forno di Calzolari, Cooperativa La Carovana, Azienda

Agricola Cioni, Mellis Ara Apicoltura, Museo della Civiltà contadina e Piccolo Museo dell'Emigrante - Centro di documentazione, Ass. E bene venga maggio, Ass. Gruppo della Stadura, E-xplora Bike Park, Freebike 65 ASD.

Loiano

Comune di Loiano, Viva il Verde, Lodola Country House, Locanda del Viandante, Osservatorio Astronomico di Loiano, Azienda Agricola Antigola, Azienda agricola Francia Gualtiero e Ivano, Azienda Agricola Neri, Proloco Loiano, Associazione culturale Appennino a Cavallo, Bologna Montana Bike, Associazione Pinewood, Loiano Bike Trail.

Genti e Sorgenti: Castel d'Aiano, Vergato

Comune di Castel D'Aiano, Comune di Vergato, Proloco Cereio, Associazione Team Leggero, Slow Emotion, Agriturismo Antica Pieve, Agriturismo Ca' di N, Mezzini Bike, La Piana dei Castagni, Casa Rugiada Da integrare con il modenese per valorizzare le ciclovie grazie alla collaborazione con IT.A.CÀ Spilamberto e Valle del Panaro.

Monterenzio

Comune di Monterenzio, Villaggio della Salute Più, Azienda Agricola BeeMartina, Azienda Agricola Pekora Nera, Podere Le Ruine, Azienda Agricola Ca' dei Signori, Il Parco delle Api e del Miele.

Pianura

Unione dei Comuni Reno Galliera, Comune di Bentivoglio, Comune di San Giorgio di Piano, Comune di Pieve di Cento, Associazione Bagherang, Centro Sociale il Mulino, Cooperativa Anima, Villa Smeraldi Museo della Civiltà Contadina, Centro Visite Oasi La Rizza ex Risaia di Bentivoglio, Le Mondine di Bentivoglio. Da integrare con il modenese per valorizzare la ciclovia del Sole in particolare grazie alla collaborazione di IT.A.CÀ Valli Mirandolesi.

Bologna Città

Quartiere Porto Saragozza

Senape Vivaio Urbano, Libreria Igor, Il Cassero LGBTQ+, La Bottega di Silvia, giRaffa – il cuore delle famiglie Green, Casa di quartiere 2 agosto 1980 – Orti Urbani di Via Saragozza 142, Frui Lab, Burattinificio Mangiafuoco, AR.CO WOOD, R.U.S.KO APS, Centro della Pace, Il Rovescio, Mercato di Campi Aperti Pratello, Il Passo della Barca, Slow Emotion, Piazza Grande - Laboratorio di Comunità Scalo, Associazione Terzo Tropic - QR Gallery.

Quartiere San Donato-San Vitale

Circolo Arci Guernelli, Lokomotiv, Baumhaus, Mercato Sonato, Blog del Pilastro Casa di Quartiere Ca' Salare, Circolo Arci La Fattoria, Circo SottoSopra, Compagnia teatrale legÀmi, Collettivo MetroZero, Associazione Samà, Cooperativa EtaBeta, Associazione Oltre - Camere d'Aria, Associazione Salvaiciclisti Bologna, Estravagario, Cafè Bio e Solidale, Camilla, Emporio di comunità, Centro Interculturale Zonarelli, Pasto Nomade.

Quartiere Savena

Casa di Quartiere Villa Paradiso, Instabile Portazza, Orti Urbani di Giardino Peppino Impastato, Comitato Due Madonne, Circolo Arci Benassi, Associazione Tempo e Diaframma.

Realtà Trasversali/Altre Realtà

Accessibilità. Fondazione per lo sport Silvia Parente, CDH - Centro documentazione Handicap, Istituto dei Ciechi F. Cavazza - Museo Tolomeo, Fondazione Gualandi, Ens Bologna, Antonella Iasso - Interprete LIS, La Girobussola APS, La Skarozzata.

Altre realtà. AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile, Kilowatt - Serre dei Giardini Margherita, Collettivo Hospites, Coop. Foiatonda, Coop. Madreselva, ExAequo Bottega del Mondo, Magnifico Teatrino Errante, Nexus Emilia-Romagna, Scuola popolare di musica Ivan Illich, altri da inserire eventualmente in fase di mappatura e coprogettazione.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

IT.A.CÀ si configura come il primo e unico Festival del turismo responsabile in Italia e in Europa, coinvolgendo una rete formata di oltre 700 realtà locali, regionali, nazionali e internazionali. Nel 2018 IT.A.CÀ è stato premiato dalla World Tourism Organization delle Nazioni Unite (UNWTO) tra i progetti turistici più innovativi, nella categoria "Innovation in Non-Governmental Organizations". IT.A.CÀ è nato a Bologna nel 2009 e il format che caratterizza il Festival è stato adottato da 25 città e territori della penisola.

Pertanto, il progetto si inserisce in un contesto più ampio di promozione del turismo responsabile al livello nazionale, grazie a un ufficio stampa nazionale che si serve di main media partnership in testate di calibro nazionale e alla costante collaborazione di AITR - Associazione Italiana Turismo Responsabile.

Molte delle attività sopra esposte contribuiscono alla promozione di itinerari a piedi e ciclovie regionali e sovraregionali: Via degli Dei, Ciclovia del Sole e altri Piccola Cassia e altri percorsi.

Inoltre quest'anno ci si propone di unire la rassegna del territorio metropolitano di Bologna con le Rassegne presenti nel modenese: IT.A.CÀ Spilamberto – Valle Panaro e IT.A.CÀ Valli Mirandolesi.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gennaio - Dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Ogni attività sperimentata attraverso il festival è pensata, co-progettata e realizzata affinché possa avere una vita propria al livello commerciale e perché contribuisca ad arricchire il panorama turistico del territorio metropolitano e il Modenese con cui, a partire da quest'anno, si collaborerà a stretto contatto per contribuire alla costruzione di un panorama promo-turistico unitario, a partire dai Territori di Spilamberto - Valle del Panaro e Il territorio di Mirandola e le sue Valli, aree che hanno aderito ad ITACA e i cui Comuni sono fortemente coinvolti nell'organizzazione della rassegna (IT.A.CÀ Spilamberto – Valle Panaro e IT.A.CÀ Valli Mirandolesi). Per questo motivo è prioritario iniziare a mettere nero su bianco una selezione degli itinerari più interessanti e più efficaci dal punto di vista turistico, in collaborazione con le DMO locali.

Anche il contest Premio Turismo Sostenibile, da strutturare nello specifico sempre con le DMO locali, è pensato per promuovere tutto il tessuto associativo ed economico del territorio.

La linea Bike e cammini proposta nel progetto di quest'anno mira a dare uno stimolo importante a tutto il comparto bike mettendo insieme aziende e associazioni locali che si occupano di tour e noleggio bici. Inoltre si mira a implementare la presenza delle realtà profit all'interno della rete in tutte le linee di prodotto proposte: aziende agricole sostenibili, negozi e botteghe legati alla catena fair, strutture ricettive e ristorazione, attività artigianali, manifatturiere e di design locale.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
1. Guida IT.A.CÀ Bologna con redazione della sua versione online e per il mobile	Numero delle realtà locali coinvolte nell'ideazione e nella redazione, numero delle iniziative presenti nella guida; diffusione della guida monitorato attraverso il numero di presenze sulle pagine dedicate e le cartoline distribuite presso le fiere di settore come Fa' la cosa giusta e quelle a cui partecipa la DMO locale. Numero di presenze lungo gli itinerari percorsi dalla guida, dando agli esercenti e gli uffici turistici il compito di raccogliere le informazioni. Raccolta di commenti e impressioni attraverso questionari di gradimento inviati attraverso la compilazione di questionari online inviati nel momento in cui gli utenti scaricano la guida. Monitoraggio delle visualizzazioni sui social network, sul sito, sui blog e sui canali dei media partner. Numero visualizzazioni e like sito/social network, numero visualizzazioni e numero di condivisioni sui social network; rassegna stampa; 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.
2. Lancio del contest Premio Turismo responsabile Territorio Turistico Bologna Modena	Numero delle realtà locali coinvolte nella diffusione del contest. Numero e qualità delle iniziative/progetti che partecipano al contest; monitoraggio 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.

<p>3. Festival IT.A.CÀ Bologna Comprende il monitoraggio dell'azione 3.1 e 3.2, rispettivamente "Bologna By bike" e "Bologna a piedi"</p>	<p>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 ogni anno attiviamo una convenzione.</p>
<p>4. Comunicazione</p>	<p>Monitoraggio 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.</p>
<p>5. Accessibilità</p>	<p>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.</p>

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 30.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 27.000,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 3.000,00 Spese di coordinamento e segreteria organizzativa non ammissibili poiché assimilabili a spese generali.

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Delega del Comune di Imola

DESCRIZIONE SINTETICA

La conferma dell'attuazione del GP del Made in Italy e dell'Emilia Romagna a Imola sino al 2025 identifica questo territorio come primario nel sistema della Formula 1 a livello mondiale; inoltre, la collocazione dello stesso all'interno della Motor Valley dell'Emilia Romagna, che rappresenta sempre di più un brand di eccellenza qualitativa e di valorizzazione di specifiche competenze, rimanda ad un'immagine di forte appeal a livello mondiale. Con questi elementi, quindi, si può puntare ad un aumento delle quote di internalizzazione. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo è necessario attivare ampie forme di condivisione, strutturare un unico programma di attività, operare in strettissima sinergia tra e con gli enti (CON.AMI, Comuni, Destinazione turistica, etc.) e le aziende di riferimento, in primis FORMULA IMOLA. Il Gran Premio di Formula 1, poi, ha avviato un'azione di valorizzazione del territorio del Nuovo Circondario e non solo, tramite il brand TERRE&MOTORI, elemento utile a promuovere un'immagine positiva e sinergica legata al settore motoristico, ma anche al patrimonio artistico e culturale, alla storia e alle tradizioni.

Da queste basi, già nel corso del 2022, ha preso avvio una programmazione triennale che ha visto il Comune di Imola ed IF impegnati in importanti azioni di promozione e comunicazione. E' indiscusso, infatti, che il ritorno dei grandi eventi sia stato un importante volano in termini di immagine e di ricadute economiche che va ben oltre l'ambito locale - come dimostrato da uno studio sulle ricadute dei grandi eventi, commissionato da IF alla società JFC, e che evidenzia, prendendo in esame varie tipologie di iniziative, i benefici diretti, indiretti e indotti. In occasione del Gran Premio di F1, gli ospiti che hanno soggiornato nelle strutture ricettive alberghiere e/o extra-alberghiere evidenziano arrivi per complessivamente 9.897, mentre le presenze turistiche si sono assestate a quota 42.614, con una distribuzione molto ampia sul territorio. La permanenza media è stata pari a 4,3 notti. Di questi, l'84,9% ha soggiornato nell'area territoriale di IF Tourism Company, mentre il restante 15,1% di ospiti ha soggiornato in strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere di altri ambiti. Il livello di internazionalizzazione degli Ospiti che hanno soggiornato sul territorio in occasione del Formula 1 Rolex GP del Made in Italy e dell'Emilia Romagna è stato pari al 67,4%, contro una quota di nostri connazionali del 32,6%. In occasione dell'evento si è avuta una forte disseminazione di presenze su un territorio molto ampio. Oltre al riempimento delle camere pressoché totale per le strutture ricettive del territorio imolese (per le strutture alberghiere si è registrata l'occupazione del 98,7% delle camere e del 96,8% per quanto riguarda le strutture extra-alberghiere) – intendendo come tale tutto il comprensorio, quindi i 10 Comuni tra cui la stessa Imola, Castel San Pietro Terme, Dozza, etc. – e l'occupazione ottimale (oltre il 95%) delle strutture dell'Unione della Romagna Faentina (6 Comuni tra cui Faenza, Riolo Terme, Brisighella, etc.); moltissimi sono stati anche gli Ospiti che hanno soggiornato nell'area di Ravenna, nel forlivese e nel lughese, nella città di Bologna, ma anche a Rimini e Cervia. Il concerto dei Pearl Jam dello scorso 25 giugno, invece, ha generato 10.420 arrivi turistici per complessive 18.644 presenze, con una permanenza media di 1,8 notti. Di questi, 8.052 Ospiti hanno soggiornato per una media di 1,9 notti presso le strutture alberghiere ed extra-alberghiere (generando 15.298 presenze turistiche), mentre 2.368 sono stati gli Ospiti che hanno alloggiato in formule di alloggio più friendly (a casa di amici o conoscenti parenti, in camper, roulotte, tenda, etc.) per una media di 1,4 notti, generando così ulteriori 3.346 presenze. In occasione dell'evento si è avuta un'ampia distribuzione di presenze sul territorio; per la maggior parte si è trattato di ospiti nazionali, ma con una buona percentuale di presenze straniere in particolari provenienti da Stati Uniti e Gran Bretagna. Mentre, per quanto riguarda il target di clientela, si tratta per lo più di coppie (nel 59,7% dei casi) e di gruppi di amici (25%). Su queste basi, il progetto, denominato THE SOUND OF IMOLA, grazie al ritorno dei grandi appuntamenti dello sport, della musica e non solo, diventa un'occasione di visibilità per tutto il territorio tramite una comunicazione che unisca esperienze fisiche a funzionalità digitali: il rombo di un motore da Formula 1, il suono silenzioso e armonico di un'auto elettrica,

l'assolo di una chitarra sul palco, l'applauso scrosciante del pubblico...sono tutti suoni che richiamano immediatamente un'emozione, una passione, un'esperienza unica. Inoltre, il 2023 a Imola sarà ancor di più l'anno dell'autodromo poiché il tracciato sulle rive del Santerno festeggerà i 70 anni e, in concomitanza, si festeggeranno i 100 anni del famoso "cavallino rampante". Tutto il territorio è intenzionato a sfruttare appieno queste importanti ricorrenze per accendere i riflettori sulle proprie eccellenze andando a compilare un ricchissimo calendario di eventi ed iniziative che, naturalmente, dovrà essere adeguatamente promosso con importanti azioni di comunicazione.

OBIETTIVI

- Sfruttare i grandi eventi per creare un sistema permanente di marketing turistico e visibilità dei nostri territori, comunicando al meglio quello che offrono in termini di intrattenimento, sport, cultura, turismo, enogastronomia.
- Consolidare il claim (e un'identità) che possa "raccontare" il posizionamento del territorio come sistema capace di ospitare e attrarre i grandi eventi, con focus sui concerti e il motorsport;
- Promuovere una comunicazione efficace e coordinata del calendario eventi attraverso azioni on line e off line;
- Vestire e coinvolgere la città attraverso allestimenti ed iniziative che mettano a sistema l'evento con il territorio e gli operatori;
- Creare opportunità di promozione e engagement per i partner che sostengono il progetto;
- migliorare la gestione turistica distribuendo i flussi turistici durante tutto l'arco dell'anno.

AZIONI

1. Definizione di un calendario con i principali appuntamenti da comunicare;
2. City dressing - vestizione della città presidiando i punti più strategici in termini di contatto e visibilità: installazione di strutture 5x5 mt a cubo, all'uscita dell'autostrada e presso l'autodromo, posizionate tutto l'anno per comunicare i principali eventi del territorio; circuito gonfaloni lungo le principali vie di accesso al centro e all'autodromo; locandine nelle attività commerciali e pubblici esercizi con QRcode che rimanda ad una pagina dedicata sul sito terremotori.it; installazioni photoset "scatta e condividi";
3. Comunicazione del calendario in chiave digital su canali social e portali web istituzionali e turistici;
4. Coinvolgimento di influencer e blogger.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Dal punto di vista dei prodotti il progetto contempla alcuni tra quelli definiti dalle Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022/2024 e dalle Linee di indirizzo strategico-programmatico pluriennali 2021 – 2023 elaborate con particolare riferimento all'ambito metropolitano bolognese dalla Destinazione turistica Bologna metropolitana in convenzione con la Provincia di Modena, come di seguito elencati:

Special interest Motori – valorizzazione del prodotto motori attraverso il coinvolgimento dei brand territoriali, degli autodromi, della Motor Valley da promuovere a livello mondiale con azioni dedicate;

Special interest Musica – valorizzazione del patrimonio musicale a livello metropolitano;

Sport – programmazione coordinata e promozione congiunta di eventi sportivi che insistono sul territorio metropolitano.

MERCATI DI INTERVENTO

Al primo posto rimane il coinvolgimento del mercato nazionale, ma il ritorno dei grandi eventi spinge a rivolgersi verso alti livelli di internazionalizzazione che puntano oltre all'Europa anche agli Stati Uniti.

SEGMENTI DI DOMANDA Il progetto per la sua natura si rivolge a target ampi ed eterogenei.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER

Territorio metropolitano e Nuovo Circondario Imolese. Partner operativi: Comune di Imola, Con.Ami, Formula Imola.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Il programma di eventi si integra con le azioni di promozione turistica messe in campo dal Territorio Turistico Bologna Modena, da Apt Servizi e dalla Regione Emilia Romagna.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Gennaio/dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

I grandi eventi sportivi che accendono i riflettori su un intero territorio e si trasformano in una straordinaria occasione di crescita, sviluppo e attrattività turistica vanno sfruttati con proposte, offerte e pacchetti studiati per integrare i soggiorni degli ospiti.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>Definizione di un calendario con i principali appuntamenti</p> <p>City dressing</p> <p>Comunicazione del calendario in chiave digital su canali social e portali web istituzionali e turistici</p> <p>Coinvolgimento di influencer e blogger</p>	<p>monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze e relative elaborazioni</p> <p>monitoraggio ISTAT mensile sugli arrivi e presenze e relative elaborazioni;</p> <p>calcolo degli accessi ai siti turistici delle varie località del territorio</p> <p>Richieste di informazioni presso gli uffici IAT</p> <p>il numero contatti presso fiere ed eventi pubblici e riscontri ottenuti;</p> <p>accessi al sito Internet;</p> <p>Monitoraggio delle campagne di web marketing e social marketing;</p> <p>risultati dell'inserimento nei cataloghi degli operatori del turismo;</p> <p>rassegna stampa riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante gli eventi e le iniziative</p> <p>riscontri dalle indagini di soddisfazione effettuate durante gli eventi e le iniziative</p>

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 32.500,00

SPESE AMMISSIBILI: € 32.500,00

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

14) Comune di Castel San Pietro Terme - *La Notte Celeste 2023 – Terme in festa*

P.G. n. 68130/2022
Integrazione P.G. n. 71443/2022
Integrazione P.G. n. 71615/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

Comune di Alto Reno Terme

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “La Notte Celeste 2022 – Terme in Festa”, riguarda la grande manifestazione sotto le stelle delle Terme dell’Emilia Romagna (promossa da Apt Servizi Regione Emilia Romagna in collaborazione con Destinazione Bologna & Modena e Circuito Termale Emilia Romagna) che, nel 2023, celebrerà la sua 11° edizione. Si svolge annualmente in tutte le città termali dell’Emilia Romagna nelle medesime giornate stabile a livello regionale nell’ambito di appositi tavoli di confronto, in un weekend che vede il suo fulcro nella giornata del sabato, dal tramonto a notte inoltrata (www.lanotteceleste.it).

Il principale prodotto di riferimento, rientrando nelle linee previste nell’ambito metropolitano, è “Natura e benessere”, il *wellness tourism* o turismo dello “star bene”: un mercato turistico che si propone come messa a sistema e promozione di risorse e servizi con riferimento, appunto, al sistema termale nell’accezione *wellness*. A tal fine, in particolare, la promozione turistica è proiettata nella messa al centro delle proprie offerte quella di un soggiorno rilassante in località collegate ad ambienti naturali all’insegna dell’equilibrio e del benessere psicofisico: esperienze alla ricerca di tranquillità, dei percorsi salutistici e delle terapie offerte in abbinamento ad un’alimentazione sana, attività sportive, attività di sviluppo creativo e spirituale. Il turismo del termalismo vuole dare una risposta alla domanda crescente di viaggiatori sempre più attenti alla cura del corpo che, grazie ai protocolli qualificati elaborati dai Centri Termali, che permettono di aiutare il paziente non solo a curare le problematiche di natura fisica, ma anche a ritrovare l’equilibrio per un benessere totale. Questa finalità, propria ed esclusiva delle terme, ha generato la creazione di nuove strategie di marketing per promuovere e far conoscere le strutture termali presenti all’interno del territorio in grado di generare una ricaduta in termini di impatto turistico ed economico non solo per le città sedi di Stabilimenti Termali, ma anche per tutta l’area dell’ambito metropolitano bolognese.

Si segnala che i Comuni proponenti, qualora la manifestazione “La Notte Celeste 2023” a livello regionale non potesse, a qualsiasi titolo, svolgersi intende comunque realizzare il progetto.

Si tratta di un progetto per valorizzare il prodotto terme in un’ottica di promozione dell’offerta turistico - territoriale nel suo insieme, con un ricco programma di appuntamenti per tutti: cultura, sport, musica, animazioni, fiere tematiche, enogastronomia tipica (anche sotto forma di street food), escursioni ed attività motorie all’aria aperta, assieme all’apertura prolungata dei centri termali con tutte le loro proposte per il relax e per la salute del corpo e della mente, grazie agli effetti salutari dell’acqua termale.

Il progetto coinvolge il territorio dei comuni termali presenti nel territorio della Destinazione: Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme, con i rispettivi stabilimenti termali. L’acqua sulfurea e salsobromoiodica rappresentano il fil rouge di tutto il progetto, come fonte di salute e benessere per cittadini, visitatori e turisti provenienti dall’Italia e dall’estero, e restano centrali per lo sviluppo turistico di tutta la nostra area. 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. I luoghi termali, infatti, si identificano, da sempre, con l’acqua non solo delle fonti termale, ma anche dei fiumi, dei torrenti, dei laghi presenti nel territorio, meta di passeggiate e cammini da parte dei fruitori dei soggiorni termali, congiuntamente ai parchi e giardini di particolare suggestione ed interesse naturalistico che le città termali offrono organizzando visite, trekking, escursioni, bike tour, ecc.

Le “Terme”, inoltre, sotto il profilo turistico, considerata l’apertura annuale degli stabilimenti, sono particolarmente idonee a ridistribuire le presenze turistiche, con possibilità di “destagionalizzazione del prodotto” nel corso dell’anno.

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

Le esperienze proposte mirano a far conoscere il prodotto, collegandolo a iniziative culturali, di intrattenimento, sportive ed escursioni in modo da valorizzare tutta l’area coinvolta, nonché enogastronomiche per la conoscenza

dei prodotti tipici, con particolare riferimento ai prodotti De.Co. (prodotto “Food & Wine”).

Il progetto è coerente con gli obiettivi delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024”, con particolare riferimento a quelle.

La Notte Celeste è un evento consolidato che si tiene da 11 edizioni. Si tratta di una manifestazione ricorrente che, nel 2022, ha visto una programmazione molto ampia e variegata svolta nei territori dei Comuni di Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme nell’ultimo weekend di agosto, che per l’occasione hanno proposto:

- camminate, visite e tour guidati, escursioni bike;
- street food e stand gastronomici dei prodotti tipici;
- iniziative culturali (presentazioni di libri, conferenze);
- intrattenimenti (concerti nei parchi termali, dj- set per i più giovani, spettacolo di fontane danzanti con acqua, fuoco e luci);
- aree bimbi (con giochi e animazioni);
- stabilimenti termali aperti anche nelle serate (con particolare riferimento alle piscine termali aperte gratuitamente). Si sono analizzati i punti di forza e di debolezza delle precedenti edizioni, come indicato dal Territorio Turistico Bologna-Modena.

È emerso che la manifestazione ha come suo punto di forza la capacità di proporre iniziative interessanti per ogni fascia d’età dei visitatori (con particolare riferimento a famiglie, bambini e giovani) grazie, appunto, alla sua peculiarità e capacità di organizzare una molteplicità di eventi attraenti e poliedrici, che hanno ottenuto un ottimo successo di pubblico nei diversi target, con un afflusso stimato in oltre 8.000 persone.

Tra i punti di debolezza, si vuole sottolineare che, sotto il profilo organizzativo e promozionale, la maggiore criticità riscontrata riguarda la difficoltà di una programmazione dell’evento con congruo anticipo, in quanto il weekend di realizzazione viene stabilito a livello regionale a volte solo 2/3 mesi prima della data di realizzazione (ad es. nell’edizione 2022 nel mese di giugno 2022): ciò determina una conseguente difficoltà nella redazione del programma (anche livello operativo, ad es. stipulazione contratti con artisti) e, correlativamente, nella relativa promozione (nel 2022 iniziata solo ad inizio agosto). Tale problematica potrebbe essere sicuramente superata con l’anticipazione di tutte le azioni programmatiche nelle sedi deputate sin dai primi mesi del 2023.

AZIONI

Le azioni principali riguardano la programmazione, l’organizzazione e la realizzazione della manifestazione “La Notte Celeste 2022 – Terme in festa” che si realizzerà nei due comuni termali, sottolineando tuttavia che alcuni indirizzi tematici comuni saranno indicati, a livello regionale, solo nel 2023. Si realizzeranno iniziative culturali, di intrattenimento, svago e di promozione delle eccellenze del territorio, in particolare dei prodotti dell’enogastronomia, con focus specifici sui prodotti De.Co. Particolare attenzione verrà dedicata alla creazione di momenti di attrazione per i giovani e adulti - target under 36 - finalizzati per incentivare l’utilizzo delle Terme ed uscire dal luogo comune di location con offerte per bambini ed anziani. Nelle due località termali si organizzeranno convegni, spettacoli, eventi musicali, escursioni, esperienze, visite guidate alle sorgenti termali, con apertura serale degli stabilimenti. Tutti gli eventi saranno organizzati all’insegna dell’accessibilità per favorire la partecipazione di tutti e saranno ideati e realizzati in modo da minimizzare e ridurre l’impatto ambientale (al riguardo, in primis, tutti gli eventi outdoor saranno “plastic free”). Gli itinerari prevedono passeggiate guidate nei suggestivi e secolari parchi adiacenti agli stabilimenti termali. Elemento imprescindibile a tali passeggiate sarà la individuazione di itinerari rispondenti alle caratteristiche di accessibilità, in termini di raggiungibilità e fruizione da parte di tutti famiglie, bambini e persone con disabilità. Si organizzeranno escursioni, sia trekking che bike, alla scoperta del territorio e delle sue acque, con assistenza di guida escursionistico-ambientali. Ferme restando le indicazioni in termini di immagine coordinata della manifestazione che la regione provvederà a fornire congiuntamente a specifiche campagne pubblicitarie a livello nazionale, il progetto prevede l’attivazione di ulteriori azioni promozionali sia attraverso modalità digitali che attraverso stampe di materiali nelle forme tradizionali nelle tipologie: manifesti (500 circa), locandine (5000 circa), dépliant (5000 circa). Il materiale sarà distribuito presso i punti di maggior frequentazione turistica del territorio metropolitano (UIT, IAT, eXtraBO, IF, Bologna Welcome, Centri termali, ecc.). L’evento sarà promosso attraverso i canali web regionali, di CMBO, delle rispettive redazioni locali, degli stabilimenti termali e altri siti di promozione turistica collegati. Verranno realizzati set fotografici e riprese video (in corso di verifica se possibile con drone considerato che l’evento si svolge principalmente nelle ore serali). Inoltre sarà allestito, nell’area di svolgimento della manifestazione apposito info point a cura dello UIT, dedicato alla promozione del territorio di tutta l’area metropolitana. Parallelamente gli Stabilimenti termali realizzeranno pacchetti benessere con in accordo con le Terme e le strutture ricettive del territorio utilizzando come partner Appennino Slow e IF. Saranno coinvolti a livello organizzativo e promozionale Pro Loco, Associazioni culturali, di promozione sociale, del turismo, sportive e di

volontariato, Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura, Imprese di settore (aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, aziende di settore).

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Il prodotto turistico che si intende promuovere riguarda:

- Wellness e sistema termale

Gli interventi saranno realizzati in coerenza con gli obiettivi fissati dalle “Linee guida triennali per la promozione-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024”.

MERCATI DI INTERVENTO:

- Natura e benessere

- Food&Wine

- Outdoor Active&Slow

- Sport

SEGMENTI DI DOMANDA

Il relativo segmento di domanda riguarda la vacanza attiva, alla ricerca del benessere con risultato dell’armonia tra corpo e mente. Il progetto prevede azioni finalizzate a coinvolgere diverse tipologie di target per la promozione del sistema termale in modo sostenibile e accessibile a tutti, con particolare riferimento ai giovani, famiglie e persone con disabilità.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER

L’ambito territoriale di riferimento riguarda l’intero territorio regionale, in considerazione che la manifestazione “La notte celeste” coinvolge le 12 località e i 14 centri termali dell’Emilia Romagna ed è promossa da ATP regionale e include un’ampia rete di partner pubblici e privati: Terme di Castel San Pietro dell’Emilia, Terme di Porretta, Appennino Slow , Associazione Turistica ProLoco di Castel San Pietro Terme, A.P.T. Servizi Regione Emilia Romagna, Città Metropolitana di Bologna, Territorio Turistico Bologna-Modena, Bologna Welcome, I.F. – Imola Faenza Tourism, eXtraBO, Associazioni culturali, di promozione sociale, del turismo, sportive e di volontariato, Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura) imprese di settore (aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, aziende di settore), COTER – Consorzio Terme Emilia Romagna.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Si realizzeranno azioni di promozione in grado di sviluppare elementi identitari del territorio per rafforzare l’attrattività del sistema termale presente nell’aree di Castel San Pietro Terme e di Alto Reno Terme. La promozione turistica avrà una portata ampia, anche grazie all’intervento della regione e di tutti gli stabilimenti termali presenti nella regione Emilia – Romagna.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Al momento è prevista la realizzazione della manifestazione nell’ultimo weekend del 26 e 27 agosto 2023, fatte salve diverse date indicate dalla regione.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

La promozione è finalizzata alla commercializzazione del prodotto termale con annessi servizi turistici, di accoglienza e di intrattenimento turistici da parte degli stabilimenti termali di Castel San Pietro Terme e Alto Reno Terme e delle altre attività economiche presenti nelle aree di riferimento, con affiancamento nella commercializzazione di IF, Bologna Welcome e Appennino Slow.

ALTRO

L’elemento caratterizzante riguarda la contestuale promozione dell’iniziativa su territorio nazionale promossa dalla regione che rende le finalità del progetto, con la sua ricorrenza, un appuntamento annuale atteso dai turisti che apprezzano il termalismo ed il wellness.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Partner e operatori economici coinvolti	- Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto
Eventi	- Numero richieste di informazioni presso gli uffici di informazione turistica - Numero richieste informazioni 11 presso le sedi degli stabilimenti termali - Numero iscrizioni agli eventi
Materiale promozionale digitale	- Numero pubblicazioni sui giornali e dépliant distribuiti
Materiale promozionale stampato	- Monitoraggio delle campagne di web e social media marketing

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 20.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 20.000,00 PUNTEGGIO: 73

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

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

P.G. n. 68136/2022
Integrazione P.G. n. 68139/2022
Integrazione P.G. n. 68142/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. CESTART
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.
2. MUSEO DEI BOTROIDI
di Luigi Fantini, museo tattile che si trova in Val di Zena, dove le raccolte dello speleologo e appassionato naturalista Fantini, molti dei quali provengono tutti dalle arenarie affioranti nel bolognese, si possono toccare ed esplorare in prima persona.
3. AAA_csma_A. Aalto Deposito di Archivi a Bologna
Raccolta degli archivi professionali italiani legati alla costruzione della chiesa parrocchiale di Santa Maria Assunta di Riola di Vergato del Maestro Alvar Aalto. La collezione comprende le raccolte dei documenti degli architetti Giorgio Trebbi, Glauco Gresleri, Giuliano Gresleri, Francesco Scolozzi, Federico Marconi, Vezio Nava e dei fotografi Angelo Masina Romano Folicaldi e Luca Massari.
4. EDI HOUSE
Società che si occupa di editoria, comunicazione ed eventi e si avvale di uno staff di collaboratori esperti e professionali specializzati nei seguenti settori: editing – comunicazione – web marketing – eventi turistici ed enogastronomici – arte e cultura – musica – ambiente – nautica, ecc.. E' una casa editrice, con sede a Bologna, attiva nei settori dell'ospitalità, del turismo, dell'enogastronomia, dell'arte-cultura e tempo libero. Sta sviluppando anche il settore librario con scelte tematiche mirate e in più direzioni.
Edi House cura inoltre l'ideazione e l'organizzazione di eventi, convegni, educational, incontri-stampa, fiere, workshop, meeting, con particolare attenzione alle aree strategiche e di posizionamento del Vs. prodotto quali la comunicazione (eventi, uffici stampa, convegni, P.R.) mirata ad Enti, APT, Imprese, Consorzi, Aeroporti, Associazioni, Hotellerie; gli eventi culturali, ambientali ed enogastronomici, la promozione (workshop, educational tour, road-show, press trip) rivolta a target differenziati quali T.O. italiani ed esteri, Agenti Viaggi, Albergatori, Aeroporti, Vettori, Consorzi turistici, ecc.) in Italia e all'estero.

DESCRIZIONE SINTETICA

TERRITORI® è una Associazione che rappresenta prima di tutto un nuovo approccio di riscoperta e una nuova concezione di offerte di opportunità turistiche immersive con una filosofia sociale. TERRITORI® con il suo modello di narrazione anticonvenzionale pone l'accento sui "Paesaggi Culturali, Rurali e Alimentari" per evidenziare quell'insieme di cultura, comunità, ambiente, attività e prodotto tipico, attraverso una filosofia sociale in grado di valorizzare il patrimonio unico dei paesaggi culturali e ambientali di cui l'Italia è disseminata e che il turista prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio.

Un modello di approccio al Turismo più consapevole, quello di TERRITORI®, che ben si innesta nel Turismo Sociale, con l'obiettivo di valorizzare in particolare quelle aree ancora oggi sottovalutate nei loro valori patrimoniali (ambientali, territoriali, urbani e paesaggistici) e nelle loro potenzialità di fruizione.

Ad oggi TERRITORI®, ha ideato una serie di strumenti di nuova concezione pensati per far conoscere un patrimonio artistico, urbano e rurale che, pur rivestendo un grande valore, risulta ancora sconosciuto ai più. Si tratta di elementi "contestualizzati, alternativi e personalizzati" rivolti a un turista più consapevole e anche più attento a una fruizione meno invasiva e più approfondita. Un concetto allargato a diversi soggetti ed organismi per una concezione del turismo inteso come opportunità di viaggio, assaggio, conoscenza e socializzazione, ma che, per molte comunità, tra queste quelle rurali, significa anche opportunità. Un nuovo modo di vivere il turismo pensato per viaggi-Attori ossia non semplici turisti a cui offrire metodi nuovi di presentazione di tradizioni paesaggistiche, culturali e artistiche e dell'impatto che possono avere a livello ambientale, sociale ed economico.

La progettualità di TERRITORI® si fonda sull'interdisciplinarietà delle competenze dei propri membri che si occupano

da anni di progettazione culturale, economica della cultura e dell'arte, ambiente e turismo responsabile. TERRITORI® vuole dare voce alle eccellenze di cui è disseminata l'Italia ed in particolare il Territorio della Città Metropolitana di Bologna, alle peculiarità che concorrono a creare un mix unico di arte, storia, cultura, ambiente, gastronomia. Il nostro desiderio è promuovere ciò che può costituire la base su cui ricostruire, ripartire, mirando alla qualità, e non quantità. Un viaggio alla ricerca dell'anima dei luoghi, di tutto ciò che concorre a crearne l'identità e a renderla unica, inconfondibile.

Lo scopo principale della cultura, dell'arte e della storia dell'arte consiste nel veicolare un messaggio attraverso i secoli, di trasmetterlo e di mantenerlo comprensibile. Il tutto con grande attenzione per chi necessita di particolari accorgimenti, disabilità o handicap di varia natura o, ancora, anziani, indigenti e ovviamente per donne in gravidanza o prima infanzia.

IL PROGETTO

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 dedicata al sistema museale - 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 economie 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 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.

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 di Bologna spaziando verso le aree limitrofe). I canali social saranno direttamente collegati ad una WebApp dedicata al sistema museale - 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 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.
- 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 metropolitano bolognese (e limiti regionali) come ad esempio Itinerari vasariani, morandiani, aaltiani.
- E. Elaborazione di piani di formazione, aggiornamento e perfezionamento professionale, da definire con sponsorclienti, 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 Paese, 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. Consolidamento e sviluppo del gruppo di lavoro; presentazione e pubblicizzazione del progetto attraverso i media e altre azioni di comunicazioni che intendete sostenere. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di valutazione finale.
2. Magazine Territori virtuale Siamo dell'idea che un'Associazione debba essere una entità fatta, oltre che di norme e politiche, vision e mission, anche e soprattutto di un patrimonio immateriale di saperi condivisi, una piattaforma e un laboratorio di idee che si traducono in attività. Tutto risiede nella voglia continua di ricercare e nella passione che anima il nostro lavoro. Per questo l'opportunità di accompagnare le nostre proposte di itinerari con un Magazine – dedicato – diventa per noi motivo di grande soddisfazione. In primo luogo, perché le istanze di TERRITORI® non restano appannaggio unicamente dei professionisti del settore, ma possono essere veicolate a tutti coloro che hanno a cuore la tutela e la valorizzazione del nostro territorio. Inoltre, perché la trasmissione di un lavoro in costante evoluzione e dei suoi esiti ci ha spinto a condividere con un pubblico più ampio i risultati ottenuti.
3. WebApp per Musei in Sito e Diffusi Itinerari turistici in natura e musei La Web App 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, morandiani e Aaltiani, itinerari per conoscere con nuovi occhi i Patrimoni artistici culturali della Città Metropolitana di Bologna
 - Mostre in Musei come i Fienili del Campiario, Collezioni Lercaro
 - Video e webApp (una webApp “dedicata specificamente al 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)
 - Syllabus: Corso di FormAzione “Il turismo culturale e formativo - 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.Incontri:
 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 (la prima e di proprietà denominata Unconventional Point of View e quelle a seguire frutto della scalabilità o degli Ambasciatori di TERRITORI)

• 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, 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 come da esempi qui seguenti:

Fienili del Campiario, Chiesa di santa Maria Assunta a Riola, Opera di Alvar Aalto, Rocchetta Mattei, dove tenere Convegni 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 rappresenta.

Monitoraggio e valutazione dei risultati

TERRITORI® si avvale di un Comitato Scientifico 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, un’Accademia Nazionale, 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 Società Benefit la cui vision è il “Bene Comune” che oggi è la vera sfida nel mondo del lavoro e nella società ed il Ce.St.Art. - 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.

MERCATI DI INTERVENTO

Filiere Turismo, Cultura, Enogastronomia e della Comunicazione della Città metropolitana di Bologna.

SEGMENTI DI DOMANDA

Il Pubblico di riferimento coinvolge l’intera composita Filiera del Turismo, della Cultura, della Enogastronomia e della Comunicazione e del Commercio, ossia la combinazione delle diverse categorie di partecipanti al progetto. TERRITORI® metterà a disposizione i propri mezzi di Comunicazione ed entrerà in sinergia con quelli della Destinazione della Città Metropolitana di Bologna.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER

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.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Le azioni di promozione proprie si integrano con quelle della Destinazione della Città Metropolitana di Bologna e quelle relative alla commercializzazione del prodotto turistico con relativa ricaduta economica sul territorio della Città metropolitana di Bologna.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

La Associazione Culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape non intende commercializzare Itinerari Turistici. Intende invece garantirne l’ideazione originale ed il supporto formativo e informativo attraverso i propri mezzi e la propria Rete di Comunicazione e diviene amplificatore, supporto e volano attraverso questo progetto.

ALTRO

Mettere in luce le Opere di Giorgio Morandi e Allievi, Alvar Aalto, quelle citate da Giorgio Vasari nelle sue celeberrime vite e del Mitelli, per portare le stesse alla conoscenza di tutti senza distinzioni perché le istanze di questi luoghi possano essere veicolate a tutti coloro che hanno a cuore la tutela e la valorizzazione del nostro territorio.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidamento e sviluppo del gruppo di lavoro; presentazione e pubblicizzazione del progetto attraverso i media e altre azioni di comunicazioni che intendete sostenere. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di valutazione finale. • Magazine Territori virtuale Siamo dell'idea che un'Associazione debba essere una entità fatta, oltre che di norme e politiche, vision e mission, anche e soprattutto di un patrimonio immateriale di saperi condivisi, una piattaforma e un laboratorio di idee che si traducono in attività. Tutto risiede nella voglia continua di ricercare e nella passione che anima il nostro lavoro. Per questo l'opportunità di accompagnare le nostre proposte di itinerari con un Magazine – dedicato – diventa per noi motivo di grande soddisfazione. In primo luogo, perché le istanze di TERRITORI® non restano appannaggio unicamente dei professionisti del settore, ma possono essere veicolate a tutti coloro che hanno a cuore la tutela e la valorizzazione del nostro territorio. Inoltre, perché la trasmissione di un lavoro in costante evoluzione e dei suoi esiti ci ha spinto a condividere con un pubblico più ampio i risultati ottenuti. • WebApp per Musei in Sito e Diffusi Itinerari turistici in natura e musei La Web App 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. • Organizzazione, programmazione e svolgimento delle varie attività: 	<p>Monitoraggio e valutazione dei risultati. TERRITORI® si avvale di un Comitato Scientifico 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, un'Accademia Nazionale, 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 Società Benefit la cui vision è il "Bene Comune" che oggi è la vera sfida nel mondo del lavoro e nella società ed il Ce.St.Art. - 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>

- Convegni
- Itinerari vasariani, morandiani e Aaltiani, itinerari per conoscere con nuovi occhi i Patrimoni artistici culturali della Città Metropolitana di Bologna
- Mostre in Musei come i Fienili del Campiario, Collezioni Lercaro

- Video e webApp (una webApp “dedicata specificamente al 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)

- Syllabus: Corso di FormAzione “Il turismo culturale e formativo - 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 (la prima e di proprietà denominata Unconventional Point of View e quelle a seguire frutto della scalabilità o degli Ambasciatori di TERRITORI)

- 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, 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

<p>Patrimonio storico-artistici.</p> <p>SEDI itineranti come da esempi seguenti: Fienili del Campiario, Chiesa di Santa Maria Assunta a Riola, Opera di Alvar Aalto, Rocchetta Mattei, dove tenere Convegni 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 Bolognarappresenta.</p>	
--	--

<p>Turismo sociale</p>	<p>Unconventional Point of View nella Città metropolitana di Bologna</p> <p>Itinerari Vasariani nella Città metropolitana di Bologna</p> <p>Prodotti editoriali digitali e cartacei</p> <p>Comunicazione</p>
<p>Sede-Eventi</p>	<p>Non ordinary place</p> <p>Format Business scalabile e/o disseminazione del progetto</p>
<p>Stile di vita bolognese</p>	<p>Detox <i>is</i> deluse</p> <p>Eccellenze locali</p> <p>Enogastronomia/Salsamentari</p>

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 40.000,00

NON AMMISSIBILE Motivazione del diniego: la domanda di contributo è stata presentata con modalità non conformi a quelle stabilite nell'Avviso pubblico. Preavviso di diniego: Protocollo n. 70151 del 21/11/2022. Alla scadenza dei 10 giorni previsti dall'art. 10 bis della L. 241/1990 non sono pervenute osservazioni.

16) Associazione Vitruvio A.s.d. – Aldrovandi Mazzacorati, Malvasia... di Villa in Villa

P.G. n. 68154/2022
Integrazione P.G. n. 70828/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

- 1) Fondazione amici di Villa Malvasia
- 2) Quartiere Savena
- 3) Associazione Succede solo a Bologna
- 4) Museo nazionale del soldatino “M. Massaccesi”
- 5) Pinacoteca nazionale Bologna
- 6) TRC – Redazione di Bologna
- 7) Gruppo 7Gold

DESCRIZIONE SINTETICA

ALDROVANDI MAZZACORATI, MALVASIA...diVILLAINVILLA è un articolato insieme di iniziative che rientra nell'ambito della linea di prodotto **City Break** > Offerta museale integrata con siti storici; Cineturismo; **Palazzi e siti storici pubblici e privati**. Spettacoli itineranti, trekking urbano, visite guidate a Villa Malvasia, detta Villa Clara o anche il Casino del Trebbo, **che viene aperta per la prima volta al pubblico** e a Villa Aldrovandi Mazzacorati, due edifici storici testimoni del '600 e del '700 bolognese. Quattro iniziative pensate per target turistici diversi, gli amanti della pittura bolognese del '600, i curiosi esploratori delle vicende storiche legate al mondo dell'occulto, gli amanti del trekking urbano, le famiglie, i giovani a caccia di divertimento ed emozioni, ecc...

VILLA MALVASIA, detta VILLA CLARA

A) D'Acque, Molini e Ville Abbandonate: trekking a Villa Malvasia. Trekking urbano

Trekking urbano realizzato da **Vitruvio** in collaborazione con la **Fondazione Amici di Villa Malvasia** che, seguendo il corso dell'antica canaletta della Ghisiliera, raggiunge Villa Malvasia, popolarmente nota come Villa Clara. Un taglio inedito tra campagne, acque che alimentavano mulini, oratori e, infine, la Villa, che sarà aperta per l'occasione grazie all'impegno dei proprietari, che hanno a cuore un nuovo futuro per la tenuta storica. Ci attende l'apertura straordinaria di un sito da tanto tempo chiuso, memore di fasti seicenteschi, scrigno di arte pittorica bolognese e, indubbiamente, luogo iconico per eccellenza quando si entra nel campo delle leggende urbane e del folclore gotico pop.

B) Malvasia: Oltre la soglia di Villa Clara. Visita guidata

Un accesso esclusivo nella proprietà di Villa Malvasia, popolarmente nota come “Villa Clara”, per anni abbandonata e oggi tornata accessibile grazie all'impegno dei proprietari per la tutela del sito e alla collaborazione con l'Associazione Vitruvio. Un accesso che si discosta dai toni della consueta visita guidata per diventare una piccola esplorazione urbana in piena regola che, superata la soglia di quello che attualmente è un'area con opere di restauro in corso, ci conduce in un contesto a lungo abbandonato e ferito, carico di suggestioni, racconti ed arte. Una Villa in cerca di un nuovo inizio.

C) Fantasmi in villa. Spettacolo itinerante

Uno spettacolo imperdibile, che ci porta a esplorare il lato spaventevole di Villa Malvasia, meglio nota come Villa Clara. Un tempo splendente e poi teatro di oscure tragedie. A fare gli onori di casa la sempiterna zdàura Onorina Pirazzoli a cui affideremo le sorti della nostra sopravvivenza dovendo confrontarci con fantasmi e anime inquiete, che nel raccontare la loro storia pretenderanno dai turisti un pegno sostanzioso. Il passato di Villa Malvasia ci racconta che fu una residenza signorile, situata storicamente al Trebbo di Reno, oggi nel Comune di Bologna. La sua costruzione primordiale esisteva già dal 1585, a farne testimonianza vi è lo stemma del pontefice Gregorio XIII posto sopra il camino nella sala principale.

VILLA ALDROVANDI MAZZACORATI

- D) Un soldatino a teatro: Villa Aldrovandi Mazzacorati, una fiaba sull'acqua. Spettacolo itinerante
Un'imperdibile piccola fiaba cittadina ispirata al celebre racconto di H.C. Andersen, alla scoperta del complesso Aldrovandi- Mazzacorati. Uno spettacolo itinerante che scorre sul filo delle acque del Canale di Savena e ci porta a visitare due luoghi unici: il Teatro Settecentesco di Villa Mazzacorati, un gioiello bolognese e l'altrettanto unico Museo Nazionale del Soldatino “M. Massaccesi”.

“C'era una volta un soldatino di stagno e c'è ancora, logoro, fradicio, con più di due secoli di avventure sulle

spalle trascorsi in quel labirinto di acque nascoste che è Bologna.”

ORA, FINALMENTE, È PROSSIMO A CASA: VILLA ALDROVANDI MAZZACORATI.

Un grande giardino si apre a pochi passi dal Canale di Savena che lo aveva inghiottito, trascinandolo lontano per così tanto tempo. Perso nella selva di ruote idrauliche della città, inghiottito da chiaviche e canalette, sballottato lungo le acque del Navile. Una storia che vede l'incontro con Napoleone, Buffalo Bill e di tanti altri personaggi che a Bologna lasciarono un segno del loro passaggio, ma anche il contatto con l'orrore dell'ignoto e con ciò che di mostruoso si nasconde nelle acque più profonde, dove l'occhio non arriva.

AZIONI

1. Sopralluoghi esecutivi

Per la compilazione di questo progetto abbiamo già effettuato i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto si fattibile. Conosciamo bene il territorio e gli edifici storici oggetto di valorizzazione e sorprenderemo i turisti 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 sarà il testo ed i copioni che verranno provati direttamente sui percorsi, misurando tempi e ipotizzando possibili diversivi o contrattempi che potrebbero capitare.

3. Scrittura testi, copioni, mappatura, ecc.

Solo dopo questo ulteriore importante lavoro si potrà licenziare il testo ed i copioni definitivi che verranno mappati sia in formato elettronico che in cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle ns. guide, attori e musicisti.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Lo staff operativo dell'associazione Vitruvio da vent'anni mescola linguaggi, producendo iniziative destinate alla valorizzazione di beni culturali materiali ed immateriali (vedi relazione generale e curriculum allegati).

La proposta prevede ideazione, realizzazione e promozione di quattro itinerari tematici, in coerenza con le linee guida della Destinazione turistica, destinati a valorizzare il patrimonio culturale e il paesaggio naturale metropolitano. Il responsabile delle attività di trekking e dello spettacolo itinerante a Villa Aldrovandi Mazzacorati è Francesco Nigro, che è anche il referente regionale del WWF Emilia Romagna dal secondo semestre 2019 e ha un curriculum che descrive in modo evidente la sua interdisciplinarietà (vedi allegato).

Si tratta di quattro eventi di forte richiamo turistico con spiccata valenza culturale e conseguente aumento delle presenze sul territorio e della permanenza media. Inoltre i temi trattati ed i luoghi oggetto di visita consentono la destagionalizzazione dei flussi turistici.

Qualche numero: abbiamo aperto Villa Malvasia il 4 ottobre 2022 e a tutt'oggi, a poco più di un mese, è già stata visitata da 1.500 adulti e 930

minori. Obiettivi:

- Rafforzare posizionamento e penetrazione della marca-Destinazione Bologna Metropolitana.
- Accrescere il flusso turistico in ciascun ambito urbano ed extra-urbano sia come capacità attrattiva autonoma che come ricaduta del flusso dal Capoluogo.
- Aumento delle presenze turistiche straniere.
- Penetrazione di nuovi segmenti di domanda.

MERCATI DI INTERVENTO

Abbiamo lavorato seguendo le seguenti indicazioni delle “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022-2024”.

> il mercato nazionale continuerà ad essere l'ambito di maggiore concentrazione degli investimenti. Per il triennio 2022/2024 l'indicazione è quella di avviare azioni di fidelizzazione sui profili di clientela conquistati in questi ultimi anni come conseguenza della situazione pandemica, mantenendo le attività di visibilità dei prodotti core unitamente ad una spinta sempre più consistente nell'innalzamento qualitativo dell'offerta, proponendosi grazie a prodotti/offerte con alto indice di esperienzialità.

> il mercato domestico europeo, che è da riconquistare rapidamente, anche recuperando e/o sottraendo eventuale market share ai flussi che si propagavano, in periodo pre Covid-19, al di fuori del contesto europeo. Priorità a tre aree/mercato: DACH (Germania su tutte), Est Europa (Polonia in primis) e Nord Europa (Belgio ed Olanda in particolare). Presidio negli altri Paesi, a cominciare da Francia, Gran Bretagna e Spagna.

SEGMENTI DI DOMANDA

Le quattro iniziative sono state ideate appositamente anche per i nuovi profili di domanda affluenti:

- 1) Tema naturalistico ambientale
- 2) Special interest – Pittura bolognese del ‘600 – Teatri storici.
- 3) Bologna città creativa della musica UNESCO

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Territorio periferico del Comune di Bologna e di Castelmaggiore.

Partner coinvolti per la realizzazione delle quattro proposte:

- Fondazione amici di Villa Malvasia
- Quartiere Savena
- Associazione Succede solo a Bologna
- Museo nazionale del soldatino “M. Massaccesi”
- Pinacoteca nazionale Bologna
- TRC – Redazione di Bologna
- Gruppo 7Gold

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

La possibilità di seguire da vicino i lavori di restauro dei maggiori pittori del ‘600 bolognese e il collegamento con il circuito dei teatri storici europei è certamente fonte di attrazione sul territorio, da parte di turisti appassionati.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tutte le iniziative sono già pronte per essere raffinate e promosse in modo massiccio.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Tutte le iniziative sono a prenotazione obbligatoria, e quindi il flusso di adesioni proveniente da un’adeguata promozione sarà regolato da un attento lavoro di segreteria. La ns. segreteria risponde tutti i giorni dell’anno dalle ore 8 alle ore 20, con copertura totale delle possibili richieste.

ALTRO

Alcuni servizi televisivi e articoli dei quotidiani relativi all’apertura al pubblico di Villa Malvasia.

Servizio TG Regione RAI3 - 29/10/22

Servizio TG èTV – 09/10/22

Repubblica 28/09/22

Corriere di Bologna 28/09/22

Il Resto del Carlino 28/09/22

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2023 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 suimedia
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 suimedia
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	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativa provenienza.
Invio delle proposte con 52 newsletter settimanali a oltre 30.000 indirizzi in mailinglist	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 online	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via mail 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 mail al termine di ogni iniziativa.
Presenze per provenienza, motivazione/tipo di	In fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti e registrati i dati per ogni singola iniziativa.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 38.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 24.000,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 14.000,00 Spese coperte da entrate assimilabili a ricavi commerciali.

PUNTEGGIO: 45

FASCIA DI VALUTAZIONE: NON AMMISSIBILE

MOTIVAZIONE DI NON AMMISSIBILITÀ: al progetto, in sede di valutazione di merito tecnico, è stato assegnato un punteggio rientrante nella fascia 0-59 p.ti che, ai sensi del punto 5.2 dell'Avviso pubblico, definisce il range dei progetti non ammissibili.

17) Comune di Castel San Pietro Terme - *Outdoor Tours: turismo sostenibile ed esperienziale*

P.G. n. 68162/2022
Integrazione P.G. n. 71383/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Medicina
2. Comune di Dozza
3. Comune di Castel Guelfo di Bologna
4. Comune di Casalfiumanese

DESCRIZIONE SINTETICA

Il progetto “Outdoor tour: turismo sostenibile ed esperienziale” , viene ripresentato quale programma di promozione turistica locale al fine di consolidare e potenziare la sfera, sui territori dei Comuni aderenti, il turismo outdoor, alla ricerca dei luoghi di piccole dimensioni, con l’organizzazione sui territori di riferimento di iniziative a valenza turistica, in grado di offrire esperienze sostenibili, accessibili e sicure, in coerenza con le Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024. Ciò, forti del fatto che il turismo outdoor ed in generale il comparto dell’open air, è in continua evoluzione, grazie all’offerta di un prodotto che, nel 2022 ha registrato a livello nazionale una stagione migliore della precedente con una presenza tra i 48 e 45,4 milioni di turisti – di cui circa il 54% di italiani (dati: Osservatorio Turismo Outdoor). Diversi sono i pregi e le particolarità che rendono questo turismo attraente: in particolare garantisce sostenibilità, accoglienza e sicurezza, elemento di primaria importanza considerato che la pandemia ha avvicinato le persone a un concetto di turismo esperienziale, a contatto con la natura, più consapevole e di prossimità che, peraltro, ha riscontrato una evoluzione nell’ultimo anno relativa alla richiesta di potenziamento dei servizi di qualità e confort , connessi in generale all’open air. Il mercato di riferimento obiettivo del Progetto è, in primis, riferibile all’ Outdoor Active&Slow che include al suo interno iniziative legate al cicloturismo, alle escursioni alla scoperta delle bellezze paesaggistiche in modo da promuovere la natura, il benessere e l’enogastronomia (con particolare riferimento ai prodotti De.Co.). Far vivere a turisti e visitatori esperienze outdoor a 360° contribuisce a realizzare l’immagine turistica di un territorio fruibile tutto l’anno e permette di far vivere, anche in periodi di destagionalizzazione, un’esperienza coinvolgente nella natura e nel paesaggio del territorio. I Comuni di Castel San Pietro Terme, Medicina, Dozza, Castel Guelfo di Bologna, Casalfiumanese offrono bellezze paesaggi e panorami di indubbia bellezza dove poter vivere esperienze outdoor in piena connessione con la natura per offrire a turisti e visitatori la possibilità di fuggire dai luoghi della quotidianità per trascorrere un po’ di tempo in location solari, all’aperto. Sono luoghi in cui il benessere e lo stile di vita slow sono fattori fondamentali che caratterizzano il successo e lo sviluppo del turismo outdoor. Il progetto si focalizza sulla promozione di un territorio che riesce a realizzare un match tra tutto ciò che può far bene alle persone per realizzare veri e propri percorsi di benessere.

I territori coinvolti sono inseriti in un’area turistica dove sono numerose le opportunità per trascorrere weekend o periodi più lunghi, alla scoperta di un territorio ospitale ricco di esperienze e luoghi inediti.

L’obiettivo è focalizzarsi sulla tematica della vacanza attiva in grado di rafforzare la relazione tra turismo, food, wellness e sport attraverso escursioni, bike tour, camminate, visite guidate, show cooking, degustazioni enogastronomiche (con particolare riferimento ai prodotti vitivinicoli con visite a cantine e vigneti, degustazioni di prodotti agricoli certificati quali ad es. “Cipolla di Medicina”, prodotti vocati a certificazioni De.Co. quali ad es. “Formaggio Castel San Pietro”, “Castrato”, “Savoiaro” , “Olio E.V.O.” , ecc.), fiere tematiche e momenti di intrattenimento. Ed ancora, esperienze legate alla cultura e alle eccellenze locali, alla scoperta degli elementi identitari del territorio. La tipologia di turismo outdoor è orientata alla destagionalizzazione, in modo da rendere il territorio fruibile tutto l’anno.

Il progetto necessariamente prevede il coinvolgimento delle attività economiche commerciali, agricole e di artigianato, dei produttori locali e delle aziende del settore della ricettività turistica, al fine di potenziare le sinergie pubblico – private, con lo scopo comune di valorizzazione e promozione del territorio.

I temi della sostenibilità e dell’accessibilità saranno al centro delle iniziative da realizzare sia in riferimento all’equilibrio tra offerta turistica e qualità dell’ambiente, che in termini di accessibilità per tutte le persone, senza nessuna distinzione e discriminazione. Il progetto sarà realizzato in modo da ridurre l’impatto ambientale e garantire la sicurezza.

Le iniziative del progetto saranno inoltre strutturate in maniera da essere accessibili anche persone con disabilità motorie, sensoriali e cognitive, per far sentire anche a queste tipologie di turista la possibilità di esperienze sicure e

accoglienti.

Per la promozione, oltre alla “comunicazione classica”, verranno utilizzati diversi strumenti di comunicazione, sia online che offline, con l’obiettivo di raggiungere il turista ovunque si trovi, ponendo particolare attenzione agli strumenti digitali in modo integrato e coordinato con la Destinazione turistica. 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. Si utilizzeranno anche gli strumenti del QR Code con contenuti digitali responsive, in modo che il turista possa leggere tutte le informazioni sulle attività attraverso il suo smartphone. Tra gli obiettivi di promozione si include la realizzazione di contenuti audiovisivi per promuovere un territorio fruibile tutto l’anno. Tutte le immagini saranno realizzate secondo la licenza creative commons e potranno essere riutilizzate.

Il progetto prevede il coinvolgimento di diversi partner, stakeholder, attori istituzionali, associazioni di categoria e dei settori interessati, imprese enogastronomiche e turistiche.

Il Progetto, come sopra evidenziato, ha una ripetitività pluriennale, con la partecipazione sostanzialmente dei medesimi territori comunali. Nel corso di ogni edizione sono progressivamente migliorate le performance di offerta turistica: quindi, col tempo si è creata una vera e propria filiera turistica, con l’obiettivo permanente di far crescere qualitativamente l’offerta correlata per renderla più competitiva sui mercati.

Uno dei punti di forza del Progetto è quindi quello di aver creato un team coordinato e consapevole della necessità di migliorare ogni anno le proprie capacità di presentare l’idea di promozione territoriale sul filone outdoor, capace di attrarre e coinvolgere sempre più potenziali partner al fine di “accelerare” lo sviluppo del progetto.

In particolare, a tal fine, nel 2023 verranno costantemente effettuate “full immersion” tra i soggetti coinvolti per monitorare punti di forza e di debolezza del modello promozionale e per definire strategie per rafforzarlo individuando eventuali fabbisogni specifici.

Inoltre, l’analisi dei punti di forza e di debolezza del progetto della precedente edizione ha fatto emergere un report di ottimo gradimento del pubblico alle iniziative realizzate, evidenziando un target turistico differenziato, in particolare con un trend orientato su un turismo per famiglie. Tra le criticità riscontrate è emersa la necessità di migliorare ulteriormente la comunicazione condivisa dei programmi dei Comuni aderenti, in stretta relazione con la Città Metropolitana, al fine di rafforzare l’immagine unitaria del progetto e del territorio che rappresenta, in particolar modo attraverso strumenti digitali.

AZIONI

1. individuazione e mappatura di trekking, escursioni a piedi e bike tour;
2. organizzazione di escursioni a piedi, cicloescursioni e visite guidate tematiche, con degustazioni per promuovere il patrimonio paesaggistico, le eccellenze enogastronomiche dei territori coinvolti, la cultura e la storia locale, senza nessuna discriminazione e accessibili anche a persone con disabilità motoria e psicosensoriale per godere di itinerari all’aria aperta in un’unione tra accessibilità e sostenibilità;
3. organizzazione di eventi, quali fiere – workshop – intrattenimenti, ecc. a tema “slow”, “benessere” e “outdoor” per sensibilizzare, discutere, pensare, condividere idee e proposte sulla tutela dell’ambiente e sullo sviluppo di un turismo sostenibile;
4. organizzare show cooking e degustazioni dei prodotti enogastronomici locali (con particolare riferimento a prodotti De.Co.);
5. realizzazione di materiali promozionali coordinati per promuovere il progetto in modo integrato con i diversi Comuni coinvolti e azioni di comunicazione tradizionali (attivazione ufficio stampa, uscite pubblicitarie su stampa, etc) ed implementazione attività digitali su social e web.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Si vuole focalizzare l’attenzione sull’esperienza e sulle esigenze del turista per un viaggio ed esperienze sicure, incentrate sulla scoperta delle risorse naturali, del paesaggio, delle eccellenze enogastronomiche, dei prodotti tipici locali e dei piccoli borghi attraverso camminate, trekking, cicloturismo, anche in occasione di fiere e iniziative tematiche.

Il progetto “Outdoor tour: turismo sostenibile ed esperienziale” intende sviluppare promuovere prodotti turistici relativi all’escursioni a piedi e bike, outdoor, nature e benessere, in coerenza con le “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024” e in sinergia con le azioni di promozione turistica programmate dal Territorio Turistico Bologna-Modena.

MERCATI DI INTERVENTO

- Outdoor Active&Slow

- Natura e Benessere
- Food & Wine
- Sport
- Eventi e Cultura

SEGMENTI DI DOMANDA

Il segmento di riferimento riguarda le esperienze all'aria aperta sia "active" che "slow" in connessione con la ricerca del benessere. Le esperienze outdoor e il turismo sportivo sono sempre più in crescita all'intero del mercato turistico e vengono percepiti dai turisti come sicuri e accessibili per tutti. Anche l'enogastronomia, le degustazioni dei prodotti locali e gli show cooking rappresentano elementi fortemente attrattivi per un turismo attivo e di qualità. Il progetto "Outdoor tour: turismo sostenibile ed esperienziale" intende coinvolgere diverse tipologie di target in particolare famiglie e piccoli gruppi. I segmenti di domanda prevalenti del progetto sono: turismo individuale, familiare o di gruppi organizzati, in particolare turisti, italiani e stranieri che cercano esperienze all'aria aperta, alla scoperta dei paesaggi, della cultura, dei piccoli borghi, dei prodotti tipici, delle risorse naturali, e delle tradizioni del territorio.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

L'ambito territoriale di riferimento è sia locale e regionale che nazionale. Intende coinvolgere diversi partner sia pubblici che privati:

1. IF – Imola Faenza Tourism Company
2. Con.Ami
3. Associazione Nazionale Cittaslow International
4. Associazione Squacquerone di Romagna D.O.P.
5. Associazioni sportive, turistiche, culturali dei settori interessati
6. APS I Portici di Medicina
7. Associazioni sportive, turistiche, culturali dei settori interessati
8. Osservatorio Nazionale Miele
9. Istituto alberghiero "B. Scappi" di Castel San Pietro Terme
10. Enoteca regionale dell'Emilia
11. Associazione Città dell'Olio
12. CONAPI Consorzio Nazionale Apicoltori
13. Consorzio della Cipolla di Medicina
14. Delegazione di Romilly sur Seine (Francia), città gemellata con Medicina
15. Coldiretti, Confagricoltura, CIA
16. Associazioni di categoria (settori turismo, commercio, artigianato e agricoltura)
17. Imprese di settore (strutture ricettive, cantine vinicole, aziende agricole e agrituristiche, ristoratori, fattorie)
 18. Aziende di settore nell'enogastronomia (es. caseificio)
18. Istituto alberghiero "Bartolomeo Scappi" di Castel San Pietro Terme
19. Pro Loco di Castel San Pietro Terme
20. Pro Loco di Medicina
21. Pro Loco di Ozzano nell'Emilia
22. Pro Loco Castel Guelfo di Bologna
23. CAI
24. Fondazione Dozza Città d'Arte
25. eXtraBO
26. Associazione Squacquerone di Romagna D.O.P.
27. APS I Portici di Medicina
28. Polisportiva di Sassoleone
29. Associazione MiniPin
30. Pro loco di Casalfiumanese
31. Golf Club Le Fonti
32. Terme di Castel San Pietro
33. Bologna Welcome

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

La promozione verrà realizzata in pieno coordinamento e sinergia con il Territorio Bologna – Modena e in coerenza con le “Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale triennio 2022-2024” per realizzare un’immagine coordinata di tutte le iniziative e le esperienze che si realizzeranno nei territori coinvolti.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Il progetto verrà realizzato nel corso dell’anno 2023, con azioni che si svolgeranno in particolare con riferimento alla primavera e all’autunno.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

La promozione è finalizzata alla commercializzazione dei prodotti legati al mercato Outdoor Active&Slow, Natura e Benessere, Food & Wine, Sport, Eventi e Cultura e le altre attività economiche presenti nelle aree di riferimento, con affiancamento nella commercializzazione di IF, Bologna Welcome e Appennino Slow.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Riunioni con partner, associazioni, operatori economici coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> • Numero operatori economici e partner coinvolti nel progetto e nella costruzione degli eventi e degli itinerari • Numero di proposte sviluppate assieme a partner e aziende di settore
Eventi e itinerari	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di eventi realizzati • Numero richieste di informazioni e partecipanti • Numero iscritti a iniziative a numero chiuso • Numero di eventi e itinerari programmati e realizzati
Materiale promozionale stampato	<ul style="list-style-type: none"> • Numero dépliant, volantini, locandine, ecc. • Numero azioni di promozione stampa
Materiale promozionale digitale	<ul style="list-style-type: none"> • Numero siti web di promozione progetto • Monitoraggio delle campagne di web e social mediamarketing

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 38.200,00

SPESE AMMISSIBILI: € 38.200,00

PUNTEGGIO: 75

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

18) Associazione Turistica Pro Loco Castel San Pietro Terme APS - "L'Antico Castello" Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna – XIII edizione

P.G. n. 68167/2022
Integrazione P.G. n. 71195/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Associazione Pro Loco Borgo Tossignano (BO)
2. Associazione Pro Loco Budrio (BO)
3. Associazione Pro Loco Castel Guelfo di Bologna (BO)
4. Associazione Pro Loco Ozzano dell'Emilia (BO)
5. Associazione Pro Loco Casola Valsenio (RA)

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

Il progetto "L'Antico Castello" Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna, giunto alla sua XIII 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, intendiamo ripercorrere il suo cammino e i racconti delle aree ad est di Bologna, citate nei suoi scritti.

Nell'edizione 2023, la manifestazione verrà realizzata nei giorni 9, 10, 11 novembre a Castel San Pietro Terme e aree limitrofe, con momenti culturali e turistici tra storia, arte, enogastronomia, visite guidate ed intrattenimenti. Andremo alla scoperta di personaggi e curiosità che hanno fatto la storia del nostro territorio, immergendoci in un'esperienza storico-culturale ricca ed innovativa.

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. L'edizione 2023 vedrà il coinvolgimento anche della Società di Mutuo Soccorso tra Salsamentari 1876, antico sodalizio bolognese erede dell'Arte dei Salaroli fondata nel 1242 a Bologna, con itinerari dedicati al Tagliere Salsamentari 1876 (per il quale hanno ottenuto il riconoscimento DE.CO. dal Comune di Bologna).

Il progetto è da sempre patrocinato dal Comune di Castel San Pietro Terme e fa parte del ricco calendario di eventi del Bacchanale del Comune di Imola. Nel 2023 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 locale, 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 e degli altri soggetti coinvolti (IF Imola Faenza Tourism Company, eXtraBO);
- Comunicati stampa;
- Spazi pubblicitari e/o redazionali su stampa locale e nazionale.

AZIONI:

1. 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 dei Comuni interessati dal progetto, andando alla ricerca di materiali, curiosità, personaggi storici, antichi mestieri, luoghi inediti, antiche lavorazioni artigiane e prodotti locali. Si svolgeranno laboratori tematici sulle erbe, le piante e la geologia dei luoghi (ad esempio “Le pungenti salse” sorgenti solforose citate nella Divina Commedia e localizzate nei Ns territori). 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), e itinerari dedicati al Tagliere Salsamentari 1876 (DE.CO. del Comune di Bologna). 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.

2. Installazione di mostre artistiche pittoriche e scultoree a tema presso la Sala di Arte Contemporanea 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, intendo 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.
3. 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. Di particolare rilevanza il libro del Prof. Angelo Chiaretti “Dante Alighieri, goliardico e bucolico (goloso di Mortadella Bolognese)” edizione Digitalprint (Rimini), che sarà presentato dall’autore a supporto della degustazione con la Società di Mutuo Soccorso tra Salsamentari 1876, erede dell’Arte dei Salaroli fondata nel 1242 a Bologna. Workshop in merito a tematiche collegate alle azioni di progetto (personaggi, tecnologie, enogastronomia).
4. Organizzazione di eventi in Centro Storico a Castel San Pietro Terme, in particolare nella giornata di sabato 11 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 macerazione della canapa e la tintura dei tessuti con erbe come il guado (Isatis tinctoria), che una volta macerata conferiva una tinta verde-azzurra. Sarà predisposta un’area ristoro promossa anche nella programmazione del Bacchanale di Imola dal titolo “Antichi sapori in Piazza”, con ricette a tema utilizzando prodotti a km 0.
5. Accoglienza turistica di qualità e promozione dei materiali divulgativi cartacei e digitali dedicati alla promocommercializzazione 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).

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Il progetto intende valorizzare il patrimonio storico, culturale, artistico, sociale ed ambientale del territorio. Ogni borgo coinvolto offre un’esperienza unica, ricca di bellezze e di testimonianze storiche, con le sue rocche e fortificazioni, racconto sorprendente di un tempo passato che alterna centinaia di storie e contribuisce alla costruzione del valore identitario del territorio e della comunità. Si intende promuovere una condivisione dinamica di iniziative che favoriscono un processo di reciprocità, di conoscenze, di emozioni ed esperienze.

MERCATI DI INTERVENTO

Il progetto 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.

SEGMENTI DI DOMANDA

I segmenti di domanda prevalenti saranno quelli di turismo individuale, familiare o di piccoli gruppi organizzati, interessati principalmente agli aspetti storico-culturali e naturalistici del territorio, affiancate da proposte enogastronomiche di qualità. L'attenzione particolare rivolta al visual e social media marketing, che affiancherà la promozione tradizionale e la produzione di materiale cartaceo, permetterà il coinvolgimento anche i nuovi segmenti di popolazione più giovane, raggiungendo un target nuovo ed interessante.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Il progetto si colloca nell'area della Città Metropolitana di Bologna e del Comprensorio IF (Imola Faenza), coinvolgendo l'intero sistema territoriale: enti, istituzioni, aziende agricole, artigiani, esercizi commerciali e di ristorazione, strutture ricettive e associazioni. Si intende favorire una stretta relazione tra pubblico e privato, in una sinergia di azioni mirate alla promozione degli eventi in programma e alla valorizzazione dei territori e dei prodotti tipici.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Il progetto si colloca in sinergia con le azioni delle imprese del comparto turistico territoriale eXtraBO e IF (Imola Faenza Tourism Company), nonché dell'U.N.P.L.I. Regionale Emilia-Romagna e Provinciale Bologna. Programma, approfondimenti e contenuti saranno veicolati attraverso i canali di comunicazione degli enti coinvolti, con un'attenzione particolare ai social network.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

I tempi di realizzazione, nell'arco del 2023, comprendono una prima fase di progettazione ed organizzazione nella primavera/estate, per poi giungere alla realizzazione nel mese di novembre (9-10-11 novembre).

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Il progetto intende potenziare il collegamento operativo con le imprese del comparto turistico territoriale (eXtraBO e IF Imola Faenza Tourist Company), nell'ottica della promo-commercializzazione dei percorsi e delle offerte del territorio.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Predisposizione di percorsi turistici e visite outdoor all'ascolto 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.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 9.125,60

SPESE AMMISSIBILI: € 9.125,60

PUNTEGGIO: 60

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Associazione Pedalalenta
2. Comitato Salviamo il Canale Navile
3. Associazione Oasi dei Saperi
4. Associazione L'altra Babele
5. TRC – Redazione di Bologna
6. Gruppo 7Gold

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

ORME SULL'ACQUA è un articolato insieme di nove iniziative che rientra perfettamente nell'ambito delle seguenti linee di prodotto:

Outdoor Active&Slow

- Cicloturismo a livello sovra-metropolitano Ciclovie del Sole; Tracciati che raggiungono aree limitrofe, come Ferrara e Ravenna.

- Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani Pianura: Ciclovie del Navile e offerta afferente a filoni di prodotti diversi che insiste sui percorsi lungo le Antiche Paludi Bolognesi e il fiume Reno.

Natura e benessere

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi.

ORME SULL'ACQUA rivitalizzerà il territorio metropolitano e sovra-metropolitano interessando aree estese per target differenti: famiglie con bambini, adulti, amanti dell'attività motoria in ambiente e del trekking urbano. **Nove diverse iniziative alla scoperta del territorio muovendosi in bicicletta, a piedi, in gommone.**

A) Lucrezia Borgia, orme sull'acqua: viaggio dall'alba al tramonto lungo le vie d'acqua da Bologna a Ferrara
Lucrezia Borgia, fanciulla dai capelli d'oro e dalla biografia controversa, è stata icona di un rinascimento Italiano fatto di intrighi e giochi di potere. Figlia illegittima del Papa Alessandro VI, arrivò a Bologna con la sua ricca scorta nel 1502 per imbarcarsi nel porto di Porta Galliera, voluto da Giovanni II Bentivoglio e giungere quindi in sposa a Ferrara al duca Alfonso I d'Este. Da Bologna a Ferrara seguiremo le orme eteree lasciate da Lucrezia, attraversando le terre e le acque che per secoli hanno visto il brulicare di navi, chiatte e convogli ed il fiorire dell'economia delle due città d'acqua.

Un'esperienza all'insegna della riscoperta del territorio, delle vie d'acqua e delle terre di pianura, che ci vedrà coinvolti in un'inedita avventura di un sol giorno lungo la Ciclovie del Navile e i corsi d'acqua da Bologna a Ferrara. Un viaggio per recuperare le suggestioni delle antiche tratte di navigazione nelle acque interne, fra le valli, le risaie, gli scorci naturali con la loro ricca biodiversità e le maestose opere umane, con siti poco conosciuti o generalmente non accessibili che visiteremo per l'occasione.

Protagonista di questa esperienza è la traversata in gommone dell'antico Po di Primaro fra la vegetazione fluviale, destreggiandoci tra i tronchi che formano suggestive barriere sull'antico corso, e osservando le case coloniche sorte lungo il fiume, ora canale, scrutati dagli occhi attenti della fauna avicola acquatica.

Sbarcheremo sotto alle mura della città estense, nell'antico "Polesine di San Giorgio", le terre emerse di San Giorgio, per un brindisi di fronte all'imponente chiesa, anticamente la prima cattedrale di Ferrara, a cinque minuti dal castello. Il ritorno è previsto in serata in treno con servizio bici.

B) Com'è Profondo il...Navile: Il canale d'acqua che trasmette Dalla

Uno spettacolo itinerante che dal Sostegno del Battiferro, lungo la ciclopedonale del Navile porterà il pubblico dall'acqua all'etere, seguendo la corrente del Canale Navile fino alla statua della panchina di Lucio Dalla, presso sede del gruppo 7 Gold in via dell'Arcoveggio a Bologna. PER OGNI TAPPA UNA CANZONE DI LUCIO DALLA LEGATA AL LUOGO, PER CONTENUTI O SUGGERZIONI.

Al pubblico saranno distribuiti preventivamente i testi delle canzoni e sarà quindi invitato a partecipare, prendendo parte ad un emozionante ed emozionato coro stonato lungo la ciclopedonale, la "restara" (il sentiero che corre lungo il

Navile, dove i cavalli trascinavano i burchielli carichi di merci o di passeggeri lungo la via d'acqua, nella pianura).

C) Verso la pianura

Un percorso cicloturistico o un trekking di pianura di mezza giornata, dalla stazione centrale di Bologna con rientro in treno, ma anche un percorso storico-naturalistico che ci porta ad inoltrarci fra le anse dell'antico naviglio bolognese, ritrovando secolari architetture idrauliche, palazzi storici, mulini e memorie di una storia lontana. Seguiremo il corso del canale nel tratto prossimo alla città rimasto più selvaggio, immersi in una lunga fascia ripariale fresca, corridoio verde in mezzo ad una pianura coltivata, fino ad arrivare a Castello di Castel Maggiore, al tempo Castagnolo Maggiore passando dalla meravigliosa Villa Salina, voluta dal grande Malpighi, con uno stupefacente soffitto a cassettoni affrescato di taglio naturalistico. Da lì, tagliando per la campagna, raggiungeremo la stazione dei treni per rientrare a Bologna con il regionale veloce.

D) Wunderchannel, quando il Navile meraviglia

Un percorso alla ricerca del concetto stesso di “meraviglia”, giocando con l'assonanza fra le parole e con il significato di “wunderkammern”, termine tedesco con cui si identificano le gloriose camere delle meraviglie, i gabinetti di curiosità e con l'incredibile storia che si cela lungo le sponde dell'antico naviglio bolognese. Un canale che non cessa di stupirci. Saremo accompagnati da una guida che ridarà vita a storie dimenticate.

Il fascino dell'inaspettato e lo stupore dell'improbabile diverranno i protagonisti dei nostri passi, con la voglia di scavare nella storia di questa secolare e decaduta via di navigazione. Un canale che vide Santi, dame, artisti, Papi e condottieri far omaggio delle loro attenzioni o del loro passaggio alle sue acque.

E) Raccontando Bologna Città d'Acqua

È difficile immaginarlo oggi, ma la città è percorsa da un reticolo fittissimo di acque nascoste sotto le strade e gli edifici. Partendo dal Sostegno del Battiferro, maestoso portale della navigazione Bolognese, risaliremo il corso del Navile lungo la ciclopedonale, scivolando lungo le acque del canale in un corridoio verde che si insinua in una città che gradualmente sfumerà nel rosso dei suoi mattoni. Termineremo il percorso al Serraglio dell'Aposa, in zona pedecollinare, dopo aver toccato la Salara, affacciata su quello che fu l'antico Porto del Vignola. Il percorso si snoda fra elementi di natura urbana incastonati nelle maglie cittadine e tocca alcuni dei punti più caratteristici legati alle acque bolognesi, immediatamente fuori dalla cerchia cittadina, dove ancora si può vedere quanto altrimenti solo immaginabile.

F) Scontro fra leoni: pedalando da Bologna al mare

A 750 anni dall'ormai mitica Battaglia di Primaro che vide l'improbabile disfatta veneziana ad opera dei bolognesi, consumata in un leggendario scontro acquatico, Vitruvio propone un viaggio alla scoperta del vicino di territorio, fino all'antico porto di Primaro. Un percorso lento, completamente in bici, ricco di tappe e immersioni naturalistiche fra Bologna e il Mare, riscoprendo, pedalata dopo pedalata, verità e tanta leggenda dietro agli scontri fra bolognesi e veneziani per i diritti sul Po di Primaro.

G) Ali sull'Acqua, escursione a piedi ed in gommone nel Parco del Delta ferrarese

Raggiungeremo il punto d'incontro lungo la rete di ciclovie del territorio per un viaggio fra terre ed acque del Delta, dove le macchie bianco-rosate dei gruppi di fenicotteri segnano il passaggio fra l'acqua ed il cielo, lungo i sentieri che si insinuano nelle valli di Comacchio, simbolo del Delta emiliano, toccando il margine delle Saline dominate dalla cinquecentesca Torre Rossa, zona Ramsar, cioè zona umida di particolare interesse internazionale per la conservazione della biodiversità ed in particolare della fauna avicola, che oltre alle più evidenti presenze: aironi, avocette, cavalieri d'Italia, fenicotteri, ospita una miriade di forme avicole più schive, rare curiose e di particolare interesse conservazionistico. Giunti in un punto di osservazione che domina le valli ritorneremo alla partenza concludendo l'escursione ad anello con un ritorno in gommone a remi serpeggiando silenziosamente fra i “bilancioni”, quindi negli stretti passaggi sotto ad un ponte militare, fino a ricongiungerci con l'Idrovia Ferrarese, il tutto completamente immersi nella cultura e natura del Delta.

H) Nel Delta fra Bosco e Acqua: La Pineta di San Vitale

Raggiungeremo il punto d'incontro lungo la rete di ciclovie del territorio. Esploreremo il Parco del Delta Emiliano-Romagnolo, nella cornice della storica Pineta di San Vitale, affacciata sulla Piallassa della Baiona, grande laguna salmastra del ravennate, fra scenari spettacolari, bassure allagate inghiottite dalla “sacralità” di questo bosco di pianura e bilancioni colorati che si aprono al margine della Piallassa, memore di fughe, inseguimenti, e avventure dal sapore lontano. Tutto questo in un territorio vicino, che torniamo a scoprire, raccontando la sua storia, la sua evoluzione e, ancora, recuperando insospettabili legami con la città di Bologna e in generale con il panorama delle acque di pianura della nostra regione. Zone ad elevato interesse naturalistico, rinomate in tutta Europa per la loro straordinaria biodiversità, che avremo modo di scoprire accompagnati da un biologo e guida ambientale regionale.

I) Dalle Vie d'Acqua alla Via Lattea: in gommone nel Parco del Delta Ravennate

Raggiungeremo il punto d'incontro lungo la rete di ciclovie del territorio. L'itinerario, completamente in gommone, ci porterà alla scoperta di luoghi e storie di un passato riguardante le vie d'acqua Terra di storia e tradizione, il Delta

conserva luoghi molto suggestivi. Fra questi la Piallassa, a pochi km da Ravenna, con i suoi circa 1100 ettari di zone umide, al margine della Pineta di San Vitale e collegata al Mare Adriatico, rappresenta una delle mete più caratteristiche, inconsuete e comunque vicine del Parco. I suoi isolotti e i suoi canali, oggi meta di pescatori, navigatori e bird-watchers furono teatro di rocambolesche fughe garibaldine e in epoca successiva presidio partigiano. Vitruvio propone un pomeriggio alla scoperta di questi luoghi, accompagnati da guide esperte. Un percorso che si snoda fra i pittoreschi casoni da pesca, le barene e gli specchi d'acqua incorniciati dalla storica Pineta di San Vitale che si riflette all'orizzonte, immersi nella natura e cultura nel Parco del Delta alle porte di Ravenna.

AZIONI

1. Sopralluoghi esecutivi

Per la compilazione di questo progetto abbiamo già effettuato i sopralluoghi necessari per essere certi che quanto proposto si fattibile. Conosciamo bene il territorio e gli edifici storici oggetto di valorizzazione e sorprenderemo i turisti 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 contrattamenti 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 in cartaceo per il solo uso interno, di supporto alle ns. guide.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Lo staff operativo dell'associazione Vitruvio da vent'anni mescola linguaggi, producendo iniziative destinate alla valorizzazione di beni culturali materiali ed immateriali (vedi relazione generale e curriculum allegati) .La proposta prevede ideazione, realizzazione e promozione di nove itinerari tematici, in coerenza con le linee guida della Destinazione turistica, destinati a valorizzare il patrimonio culturale e il paesaggio naturale metropolitano. Il responsabile delle attività è Francesco Nigro, che è anche il referente regionale del WWF Emilia Romagna dal secondo semestre 2019 e ha un curriculum che descrive in modo evidente la sua interdisciplinarietà (vedi allegato).

Si tratta di nove eventi di forte richiamo turistico con spiccata valenza culturale e conseguente aumento delle presenze sul territorio e della permanenza media. Inoltre i temi trattati ed i luoghi oggetto di visita consentono la destagionalizzazione dei flussi turistici.

Per i dettagli sul progetto e la rispondenza ai criteri di bando vedere la relazione generale allegata.

Obiettivi:

- Rafforzare posizionamento e penetrazione della marca-Destinazione Bologna Metropolitana.
- Accrescere il flusso turistico in ciascun ambito urbano ed extra-urbano sia come capacità attrattiva autonoma che come ricaduta del flusso dal Capoluogo.
- Aumento delle presenze turistiche straniere.
- Penetrazione di nuovi segmenti di domanda.

MERCATI DI INTERVENTO

Abbiamo lavorato seguendo le seguenti indicazioni delle "Linee guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022-2024"

> il mercato nazionale continuerà ad essere l'ambito di maggiore concentrazione degli investimenti. Per il triennio 2022/2024 l'indicazione è quella di avviare azioni di fidelizzazione sui profili di clientela conquistati in questi ultimi anni come conseguenza della situazione pandemica, mantenendo le attività di visibilità dei prodotti core unitamente ad una spinta sempre più consistente nell'innalzamento qualitativo dell'offerta, proponendosi grazie a prodotti/offerte con alto indice di esperienzialità.

> il mercato domestico europeo, che è da riconquistare rapidamente, anche recuperando e/o sottraendo eventuale market share ai flussi che si propagavano, in periodo pre Covid-19, al di fuori del contesto europeo. Priorità a tre aree/mercato: DACH (Germania su tutte), Est Europa (Polonia in primis) e Nord Europa (Belgio ed Olanda in particolare). Presidio negli altri Paesi, a cominciare da Francia, Gran Bretagna e Spagna.

SEGMENTI DI DOMANDA

Le nove iniziative sono state ideate appositamente anche per i nuovi profili di domanda affluenti:

1. Tema naturalistico ambientale
2. Special interest
3. Bologna città creativa della musica UNESCO

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Ciclovie e vie d'acqua nel territorio metropolitano bolognese in rete con quelle del Delta, in provincia di Ferrara e di Ravenna.

Partner coinvolti per la realizzazione delle quattro proposte:

1. Associazione Pedalalenta
2. Comitato Salviamo il Canale Navile
3. Associazione Oasi dei Saperi
4. Associazione L'altra Babele
5. TRC – Redazione di Bologna
6. Gruppo 7Gold

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Le proposte sono certamente appetibili anche dal flusso turistico della riviera, che potrebbe così scoprire l'interno della regione attirato dai contenuti storici, naturalistici e ambientali.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Tutte le iniziative sono già pronte per essere raffinate e promosse in modo massiccio.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Tutte le iniziative sono a prenotazione obbligatoria, e quindi il flusso di adesioni proveniente da un'adeguata promozione sarà regolato da un attento lavoro di segreteria. La ns. segreteria risponde tutti i giorni dell'anno dalle ore 8 alle ore 20, con copertura totale delle possibili richieste.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pubblicazione nel calendario 2023 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 diservizi 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 giàcollaborano con Vitruvio	Verifica quantità di gruppi prenotati con relativaprovenienza.
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 online	Verifica puntuale delle recensioni su Trip Advisor, con richiesta di recensione inviata via mail al termine di ogni iniziativa
Interviste ai visitatori e analisi sul campo relative alla	Semplice tabella con quattro valori da attribuire, inviata

qualità dei servizi	via mail al termine di ogni iniziativa.
Presenze per provenienza, motivazione/tipo di vacanza	n fase di prenotazione (obbligatoria) verranno richiesti registrati i dati per ogni singola iniziativa.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 38.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 14.000,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 24.000,00 di cui:

- € 17.000,00 Spese coperte da entrate assimilabili a ricavi commerciali
- € 7.000,00 (pari a un terzo dei 21.000,00 € derivanti dal totale delle spese ammissibili al netto della somma di cui al punto precedente) Spese relative a azioni non di pertinenza territoriale metropolitana (un terzo delle iniziative proposte interessano ambiti esclusivamente extra provinciali).

PUNTEGGIO: 63

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

20) Comune di San Giovanni in Persiceto - *Emozionarsi in Pianura*

P.G. n. 68179/2022
Integrazione P.G. n. 71698/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Comune di Anzola dell'Emilia (BO)
2. Comune di Argelato (BO)
3. Comune di Bentivoglio (BO)
4. Comune di Budrio (BO)
5. Comune di Castello d'Argile (BO)
6. Comune di Castel Maggiore (BO)
7. Comune di Crevalcore (BO)
8. Comune di Galliera (BO)
9. Comune di Pieve di Cento (BO)
10. Comune di San Giorgio di Piano (BO)
11. Comune di San Pietro in Casale (BO)
12. Comune di Sant'Agata Bolognese (BO)

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

Il progetto è teso a dare impulso al neo nato IAT Pianura, occorrerà elaborare ed attuare una strategia di marketing turistico territoriale evoluta, sempre in piena connessione con eXtraBO e BoWe e con le linee editoriali del Territorio Turistico di riferimento. Siamo in una fase primordiale che ci permette di creare strumenti in immagine coordinata con contenuti ed offerte distintive ed integrate mediante l'ampio coinvolgimento dei diversi attori coinvolti. Il progetto di marketing turistico presentato all'interno dello IAT Pianura dovrà essere incentrato su una vision unitaria e distintiva del territorio, da declinarsi attraverso la valorizzazione dei prodotti turistici come cicloturismo, enogastronomia, culturale. Lo spazio dello IAT permette molteplici possibilità di animazione: da mostre temporanee, a spazio workshop, a spazio culinario.

AZIONI

Con la candidatura del progetto sull'Ambito II si desidererebbe dare maggior rafforzamento alla realizzazione e alla promozione di prodotti turistici specifici e integrati che connotano e danno identità al nostro territorio puntualmente indicati nel PPCT:

- mettere in connessione realtà museali quali il Museo della Civiltà contadina (Bentivoglio) con il Museo del vapore (Persiceto);
- creare una guida con i luoghi del Cinema con il supporto di Emilia Romagna Film Commission, la Pianura è spesso location di film solo per citarne alcuni: La California (Sant'Agata e Persiceto); Vecchie canaglie (Argelato); Amati Fantasmi (Bologna, Persiceto e Molinella). Materiale occorrente dépliant circa 1.500. Visite guidate dei luoghi interessati, proiezioni con regista e cast;
- creare un video con i tour virtuali promozionali dei Teatri storici presenti nei comuni aderenti con traduzione in LIS oltre in lingua inglese;
- Festival dei Portici: i portici sono presenti anche in buona parte dei comuni della Pianura, valorizzare e raccontare dei Portici di pianura in concomitanza con le iniziative della città. Visite guidate nei comuni con i Portici;
- Ciclovía del Sole continuare il coordinamento per la comunicazione e promo commercializzazione della Ciclovía, la 1^ Festa della Ciclovía sarà negli spazi attigui allo IAT, tenere i rapporti con gli operatori aggiudicatari del Bed&Bike e di nuove realtà che offrono servizi bike (noleggio, riparazioni sul posto...). Creazione materiale informativo;
- Lo spazio attiguo lo IAT permette la possibilità di tenere degli show-cooking essendoci uno spazio cucina, sono previsti da marzo 2023 weekend dedicati ai vari ristoratori, aziende agricole e sfogline a rotazione. Gli show-cooking potrebbero essere realizzati a fine tour (naturalistico, culturale) e prevedere la cena al termine della lezione.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

La pianura e le sue eccellenze individuate nel PPCT.

SEGMENTI DI DOMANDA e MERCATI DI INTERVENTO

Cicloturisti e Turismo di prossimità.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Pianura.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

2023.

ALTRO

Il materiale fotografico e video sarà rilasciato con licenza di “Creative Commons” per essere disponibile in rete per il free download (senza limiti di quantità) e il libero riuso.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Materiale prodotto in immagine coordinata	Ristampa
Tour guidati	Questionario
Show-cooking	Questionario

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 36.600,00

SPESE AMMISSIBILI: € 32.940,00

SPESE NON AMMISSIBILI: € 3.660,00 Spese per azioni non descritte nel progetto (serate promozionali e workshop)

PUNTEGGIO: 70

FASCIA DI VALUTAZIONE: MEDIA

21) Mutua Salsamentari 1876 Bologna - Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.

P.G. n. 68186/2022
Integrazione P.G. n. 71474/2022
Integrazione P.G. n. 71869/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. PARTNER ISTITUZIONALI:
 - a. Proloco Valsamoggia;
 - b. Ascom;
 - c. Confesercenti;
 - d. CNA;
 - e. Bologna Welcome;
 - f. Commissione De.Co.
2. PARTNER PRIVATI: TERRITORI 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 DEL PROGETTO

Premessa

La società dei Salsamentari è un mutuo soccorso fondato a Bologna nel 1876. Fa parte della Consulta delle Antiche Istituzioni bolognesi e la più antica realtà gastronomica della città di Bologna tuttora operativa.

I suoi soci sono salumieri, casari, gastronomi, industriali del settore Food, allevatori, agenti di commercio. È presente nella Salsamentari tutta la filiera del settore. La storia della Salsamentari è ricca di fascino: i protagonisti della Salsamentari sono stati in un secolo e mezzo di vita figure di spicco della storia alimentare del nostro paese. Per citarne alcuni, Alessandro Forni (produttore di mortadella, inventore di packaging innovativi), i fratelli Zappoli (produttori di mortadella, nel loro stabilimento fu introdotta nel 1884 la prima macchina a vapore dell'industria alimentare italiana), Angelo Tamburini (fondatore nel 1934 di storica attività ancora oggi attiva), Ivo Galletti (fondatore di Alcisa, famoso produttore di mortadelle), Mario Gombi (fondatore di Conad), Luciano Sita (storico presidente di Granarolo). La Salsamentari nacque nel 1876 con fini mutualistici: venire in soccorso ai soci in difficoltà economiche, cassa pensioni per gli operai del settore e loro alfabetizzazione. Oggi la Mutua Salsamentari 1876 mantiene saldo il principio di volontariato e di impegno sociale. Si propone di valorizzare la cultura e l'arte della salumeria con l'organizzazione di eventi, laboratori di formazione, visite ad aziende, momenti conviviali.

Il gruppo eterogeneo di aziende che attualmente costituisce la Società di Mutuo Soccorso ha la volontà di perseguire un obiettivo comune: valorizzare il territorio metropolitano bolognese. La necessità di sviluppare un nuovo approccio commerciale e comunicativo diretto al comparto turistico muove la Salsamentari al progetto che qui presentiamo. Per comprendere cos'è la Società di Mutuo Soccorso Salsamentari 1876 bisogna partire dal significato e il valore di ciò che è rappresentato nel suo Gonfalone - 1885. Lo stemma sabauda indica che il Presidente Onorario Perpetuo della Mutua Salsamentari è Umberto I, re d'Italia all'epoca della sua fondazione. La coppa con il sale simbolizza che la Mutua Salsamentari è la naturale erede della Antica Compagnia dei Salaroli 1242 – 1796 La Mutua Salsamentari 1876 è l'unica Associazione che può fregiarsi dello Stemma del Comune di Bologna nel proprio gonfalone. Questo è significativo di quanto forte sia il suo legame con il Territorio Bolognese. Salsamentari 1876, Società di Mutuo soccorso, oggi unica realtà al mondo che vanta questo appellativo in ambito gastronomico, è nata nel 1876 quando il giovane salumiere di Bologna Giuseppe Vaccari intuisce che è necessario ridare vita all'antica "Compagnia dei Salaroli", corporazione medievale che riuniva tutti coloro che utilizzavano il sale per conservare le carni o preparare i formaggi. A Bologna ci sono circa 70 fabbriche di mortadella e oltre 200 salumerie con laboratorio di produzione. Circa 10.000 persone sono impiegate nella lavorazione delle carni di maiale e in città l'industria salumiera rappresenta un'eccellenza. Con l'aiuto di Ludovico Berti, avvocato e consigliere comunale, Giuseppe aggrega i principali industriali salumieri bolognesi dando vita alla Società di Mutuo Soccorso tra Salsamentari ed industrie affini. I salumieri bolognesi di fine Ottocento sono dei grandi innovatori, per quanto riguarda sia la produzione che la commercializzazione dei loro prodotti che già esportano in tutto il mondo. La Mutua Salsamentari 1876 si propone di venire in soccorso ai soci in difficoltà economiche o costretti a sospendere l'attività per malattia e si occupa anche di

istituire una cassa pensioni per gli operai del settore e si impegna per la loro alfabetizzazione. Oggi la Mutua Salsamentari 1876 è impegnata a rafforzare e a diffondere la cultura, i valori e i saperi che l'hanno portata a festeggiare 140 anni di attività nel 2016, tutelando e promuovendo l'arte della salumeria. L'organizzazione di eventi, incontri e convegni vuole mantenere viva la tradizione e la qualità delle specialità bolognesi. Il gruppo eterogeneo di aziende che attualmente costituisce la Società di Mutuo soccorso ha la volontà di perseguire un obiettivo comune: valorizzare il territorio metropolitano bolognese e le sue peculiarità avviando, contestualmente, un percorso virtuoso di riorganizzazione delle aziende, per meglio adattarsi ad un mercato in continua evoluzione. La vicinanza, delle aziende fondatrici alle principali località turistiche della Regione e l'importante flusso turistico sulla città che si registra ogni anno hanno reso evidente la necessità di sviluppare un nuovo approccio commerciale e comunicativo diretto al comparto turistico che vi gravita ed ai suoi residenti.

Il progetto

La "Mutua Salsamentari 1876" in qualità di eredi e depositari dell'Arte dei Salaroli, si impegna a conservare le radici, le tradizioni di prodotti eccellenti ed a diffonderne la conoscenza e la riconoscenza anche dei luoghi di provenienza. Il Progetto Tagliere Salsamentari 1876 De.Co. (già iscritto nel Registro delle Denominazioni Comunali) diventa la Mappa delle eccellenze del Territorio Metropolitano Bolognese per valorizzare l'appellativo dato alla nostra amata Bologna - "città del cibo per antonomasia", e coinvolge il mondo che gli ruota attorno - istituzioni, produttori, commercianti, ristoratori, comunicazione e visitAttori - non semplici turisti - a cui fornire, in maniera corretta e semplice, le informazioni necessarie ad approfondire i temi della tutela, salubrità e della tradizione territoriale. Bologna vanta un territorio che ha molto da dire in termini di ricchezza enogastronomica. Il turismo enogastronomico ha proprio questa caratteristica: risvegliare i sensi per percepire tutte le sfumature di un territorio: dalla vista, al gusto e all'olfatto. Oltre il 70% degli stranieri che intraprende un viaggio alla scoperta di nuovi luoghi è alla ricerca di prodotti e piatti tipici, vini locali, aziende e botteghe storiche e di vivere quindi nuove esperienze enogastronomiche. A Bologna dove cibo e cultura è un binomio che funziona egregiamente in ottica turistica, non manca certo la possibilità di fare spuntini e di pranzare anche nel rispetto del lavoro che tanti piccoli produttori realizzano con arte e fatica per creare "eccellenze" in un territorio dove i prodotti tipici già basterebbero a soddisfare il palato di tanti. Vi sono ottimi motivi per imparare a conoscere il territorio attraverso percorsi frutto del filtro selettivo e privilegiato dei custodi dei profumi e dei sapori - I Salsamentari - che tessono in una fitta rete di storie la trama di questo territorio e dei produttori di eccellenze. Si tratta di un insieme di nuovi Percorsi del gusto creati attraverso l'indicazione della Rete composta da punti di somministrazione dei Salsamentari e dei selezionati luoghi legati al gusto che rispettano le regole che consentono ad un prodotto di essere iscritto nell'apposito registro De.Co., dove vivere esperienze di scoperta, fare percorsi gustativi ed annotare le informazioni sui luoghi di produzione inseriti nei mezzi/strumenti di comunicazione. Il nuovo concetto di itinerari sarà commercializzato da Bologna Welcome. 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 - e vuole incentivare la popolazione locale ed i turisti, a conoscere i benefici del consumo di prodotti "eccellenti" e far comprendere come un alimento, la materia prima, non può essere uguale a un'altra per una trasmissione dei saperi. Per questo la Conoscenza diretta dei Salsamentari della filiera può dare la corretta Informazione per il diritto del consumatore di conoscere gli alimenti (sia riguardo ai contenuti, sia alla provenienza degli stessi) a garanzia della sicurezza alimentare. Tutto ciò comporta far Rete e collaborazione reale e concreta per flussi turistici importanti, è per questo che la Mutua Salsamentari 1876 ha già avviato una stretta Collaborazione con Associazioni di Categoria della composita Filiera del Turismo e riconosce in Bologna Welcome e Città Metropolitana di Bologna due stakeholder importanti per il Progetto. Per Portare gli elementi che gli occhi di un visitatore superficiale non vedono ma che nel territorio esistono si è pensato alla creazione di strumenti di comunicazione ad hoc (un sito proprietario specifico del Progetto) e contenuti da condividere per implementare quelli esistenti nella Destinazione. Sito Web e profili social media dedicati e interazione sinergica con la WebApp MyBologna utile a promuovere il Turismo anche nell'ambito agricolo ed alimentare. Il Progetto "Tagliere dei Salsamentari 1876 De.Co." si trasforma in una Mappa del Territorio Metropolitano Bolognese per portare a conoscenza del fruitore quanto importante sia il cibo per esprimere il carattere e le radici di questi luoghi e promuoverli, nonché quali siano i soggetti che di questa comunicazione non solo orale possono esprimere in qualità, in sincerità e semplicità tali concetti, segnatamente quanto sia indispensabile che la Denominazione Comunale di un Prodotto si diffonda perché il target del Turismo cresca di conseguenza - in qualità e tempi di permanenza nelle aree metropolitane Bolognesi. Per creare la Mappa abbiamo già coinvolto anche Associazioni di Categoria che abbiamo motivate ed ora sono pronte a cogliere un'opportunità notevole sotto ogni punto di vista, dall'impatto certo sulla promozione e sulla crescita di margini alla successiva fidelizzazione dei turisti nonché al potenziamento del brand alla valorizzazione del patrimonio del Territorio Metropolitano Bolognese, all'interno del quale infatti, il cibo di qualità ha la potenzialità di proporsi come driver presso le strutture di accoglienza, e consentire alla composita filiera del

turismo una leva di posizionamento presso un turista più consapevole, sensibile e disponibile ad investire sempre più tempo e risorse in questi luoghi.

OBIETTIVO DI PROGETTO: Rigenerazione della Mutua Salsamentari 1876 in virtù di un progetto che comprenda la promozione della Città Metropolitana di Bologna.

AZIONI

1. Consolidamento e sviluppo del gruppo di lavoro. Individuazione della sociale media manager e creazione team di gestione dei profili social della Mutua SALSAMENTARI e del TAGLIERE SALSAMENTARI e del sito dedicato al progetto.
Presentazione e Pubblicizzazione del progetto, attraverso i media e altre azioni di comunicazioni che intendiamo sostenere. Identità visiva; logo Tagliere Salsamentari 1876; scrittura del manifesto Codice Etico del tagliere; Creazione di una Mappa virtuale su Google Maps con Account Salsamentari; ideazione di percorsi non turistici sulla Città Metropolitana di Bologna e creazione di itinerari turistici sulla Città Metropolitana di Bologna; Progettazione di strumenti web, itinerari, foto, schede con contenuti sui luoghi da visitare, su servizi turistici e attività Salsamentari coinvolte. Progettazione di strumenti audiovisivi del progetto.
Convocazione per conferenza stampa di presentazione 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 / Momenti di Partecipazione del Pubblico
Condivisione della strategia social 2023 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 attraverso le diverse azioni.
b Laboratori e altre azioni partecipative.
c Risultati delle diverse azioni e attenzione alla formazione: verso la creazione e fondazione di un'accademia 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.

Monitoraggio e valutazione dei risultati

La Mutua Salsamentari 1876 si avvale di un Comitato di valutazione che prevede la partecipazione di rappresentanti delle Associazioni di categoria e della APS TERRITORI Narrative Italian Landscape, una partnership dedicata alla creatività in grado di dar maggior risalto all'area e alle sue possibilità di sviluppo individuando gli elementi e le iniziative in grado di fornire il maggior valore aggiunto allo sviluppo del Territorio Metropolitan Bolognese (dal brand all'immagine, dagli storytelling ai nuovi servizi). Il "Comitato di valutazione" istituito nella fase di start-up del progetto avrà il compito 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 trimestre il Comitato elaborerà un report che registi lo stato di 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 previste nel Progetto.

MERCATI DI INTERVENTO

Filiera Turismo enogastronomico e culturale della Città metropolitana di Bologna.

SEGMENTI DI DOMANDA

Il Pubblico di riferimento va dagli attori ai consumatori quindi coloro che sono "l'incontro" creato dal Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.. Produttori, Somministratori (SomministrAttori e definire), Rivenditori, Consumatori (ConsumAttori e definire.), l'intera composita Filiera del Turismo, della Cultura, della Comunicazione e del

Commercio, ossia la combinazione delle diverse categorie di partecipanti al progetto. La Promozione del Progetto e del Territorio della Città Metropolitana di Bologna. La Mutua Salsamentari metterà a disposizione i propri mezzi di Comunicazione ed entrerà in sinergia con quelli della Destinazione della Città Metropolitana di Bologna.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Territorio della Città Metropolitana di Bologna in Rete con Associazioni di Categoria, Operatori nel settore dell'accoglienza, dell'enogastronomia e della Cultura.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Le azioni di promozione proprie che si integrano con quelle della Destinazione della Città Metropolitana di Bologna e quelle relative alla commercializzazione del prodotto turistico con relativa ricaduta economica sul territorio de la Città metropolitana di Bologna.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

12 mesi. Anno 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

La Mutua Salsamentari 1876 non commercializza Itinerari Turistici diviene per questi supporto comunicativo e volano per il progetto previsto.

ALTRO

Con questo Progetto di Rigenerazione la Mutua Salsamentari 1876 intende essere sorgente di un patrimonio immateriale e saperi condivisi, una piattaforma e un laboratorio di idee che si traducono in attività e itinerari per la riscoperta di un Territorio della Città metropolitana di Bologna che ha tanto da esprimere.

NOTE: La comunicazione viaggerà sempre a carattere internazionale proponendo i materiali in lingua italiano e inglese. Alcuni materiali - esempio i sottobicchieri, che rappresentano il materiale informativo di maggiore consumo, - si realizzeranno grazie alla collaborazione con aziende e fornitori e produttori vicini al mondo della sostenibilità e della solidarietà. Si ipotizza la collaborazione con un laboratorio di ragazzi disabili del territorio della Città metropolitana di Bologna.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
<p>1. Consolidamento e sviluppo del gruppo di lavoro. Individuazione della sociale media manager e creazione team di gestione dei profili social della Mutua Salsamentari e del Tagliere Salsamentari e del sito dedicato al progetto. Presentazione e Pubblicizzazione del progetto, attraverso i media e altre azioni di comunicazioni che intendiamo sostenere. Identità visiva; logo Tagliere Salsamentari; scrittura del manifesto Codice Etico del tagliere; Creazione di una Mappa virtuale su Google Maps con account Salsamentari; ideazione di percorsi non turistici sulla Città Metropolitana di Bologna e creazione di itinerari turistici sulla Città Metropolitana di Bologna; Progettazione di strumenti web, itinerari, foto, schede con contenuti sui luoghi da visitare, su servizi turistici e attività Salsamentari coinvolte. Progettazione di strumenti audiovisivi del progetto. Convocazione per conferenza stampa di presentazione del progetto in oggetto.</p>	<p>MONITORAGGIO. Un Comitato di valutazione è stato istituito nella fase di start-up del progetto. Suo compito è e sarà 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 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>

<p>2. Definizione di eventi pubblici di presentazione e promozionali e di valutazione finale. Agire / Laboratori / Momenti di Partecipazione del Pubblico. Condivisione della strategia social 2023 comunicazione coordinata: (Calendario eventi; Newsletter, valorizzazione e sua digitalizzazione archivio Salsamentari). Implementazione di itinerari e contenuti web e social.</p> <p>a) Promozione del prodotto turistico attraverso le diverse azioni.</p> <p>b) Laboratori e altre azioni partecipative.</p> <p>Risultati delle diverse azioni e attenzione alla formazione: verso la creazione e fondazione di un'Accademia dei Salsamentari</p>	
--	--

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 32.786,88 (iva esclusa)

SPESE AMMISSIBILI: € 30.737,88 (iva esclusa)

SPESE NON AMMISSIBILI: € 2.049,00 (iva esclusa) Spese relative a un'azione non ricompresa nel progetto presentato sul PTPL (sviluppo di una app).

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO

Si tratta della ottava edizione di una festa che mette in risalto una delle più belle rocche del Bolognese, sono presenti gruppi di rievocatori legati al periodo altomedievale (1390-1420), accampamenti, battaglie e duelli che attireranno pubblico da varie parti di Italia (i gruppi provengono da varie regioni) Saranno presenti anche musicisti, commercianti di prodotti collegati, scrivani. Sarà quindi visibile ai visitatori uno spaccato della vita quotidiana medievale Il Parco della Rocca sarà aperto per due giornate, e i visitatori potranno avere accesso alla Rocca Isolani e alla colombaia di Jacopo Barozzi detto il Vignola. All'interno della Rocca Isolani saranno visitabili le stanze affrescate dall'Aspertini Sarà realizzato uno stand con cibi e prodotti enogastronomici del territorio. E come ogni anno, la domenica mattina, verrà officiata la messa nell'accampamento per rievocatori e turisti. Nel portico del paese saranno esposti simboli del periodo (stemmi e bandiere) per collegare tutto il paese all'evento. I ristoratori di Minerbio potranno proporre cibi medievali, con un menù studiato da un istituto alberghiero del territorio. La domenica dopo la messa si svolgeranno i duelli dei cavalieri, nel pomeriggio la battaglia campale Nel teatro saranno proiettate le battaglie medievali di vari eventi svolti sia a Minerbio che in altri luoghi.

AZIONI

1. Individuazione dei gruppi di rievocatori in varie parti d'Italia, accordo con la Proprietà della Rocca, organizzazione dei servizi necessari (servizi igienici, servizi di pronto soccorso ecc) permessi.
2. organizzazione degli spettacoli, dei duelli e delle battaglie, del coinvolgimento di ristoratori, Hotel e Agriturismi, realtà aumentata sul tema storico.
3. promozione a livello esteso del programma anche attraverso i rievocatori nei loro territori di riferimento, collegamento con welcome bologna e la rete di pro loco sito dei rievocatori.
4. accordi e sconti per visitatori in Hotel, agriturismi e ristorazione.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Borgo antico e Rocca nell'ambito di un percorso guidato di visita al territorio, collegamento a eventi fieristici e cicloturismo dei sub ambiti metropolitani.

MERCATI DI INTERVENTO Mercato italiano e straniero.

SEGMENTI DI DOMANDA

Gruppi di appassionati della rievocazione, turismo culturale che copre varie fasce di età.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Territorio comunale allargato a quello della rete di pro loco della pianura.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE Welcome Bologna, Fiera di Bologna.

TEMPI DI REALIZZAZIONE 6/8 mesi.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

promozione del prodotto anche attraverso sconti sulla sosta in alberghi e agriturismi.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Voci 1,2	Completezza della proposta e del programma
Voci 3,4	Verifica delle presenze e della sosta

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 8.540,00

NON AMMISSIBILE Motivazione del diniego: la domanda di contributo è stata inviata in data 13 novembre 2022 e dunque oltre il termine di scadenza previsto dall'Avviso pubblico per le ore 23:59 del 12 novembre 2022.

Preavviso di diniego: Protocollo n. 70149 del 21/11/2022. Alla scadenza dei 10 giorni previsti dall'art. 10 bis della L. 241/1990 non sono pervenute osservazioni.

23) Città metropolitana di Bologna nel ruolo di Destinazione turistica – *Iniziative metropolitane di scala sovracomunale*

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; Club Alpino Italiano; 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 2023 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 sostenibile.

Inoltre, anche per il 2023 si vuole supportare la promozione degli eventi e delle iniziative dedicati alle produzioni enogastronomiche tipiche, tematica trasversale all'intera destinazione, attraverso l'aggiornamento degli strumenti di comunicazione del progetto Sagre e feste nel territorio bolognese.

L'altro progetto consolidato, che mira alla promozione di un prodotto d'eccellenza del territorio quale il Tartufo bianco dei Colli bolognesi, è Tartufesta che rappresenta l'appuntamento enogastronomico autunnale di punta dell'Appennino bolognese e raccoglie in un calendario condiviso iniziative a cura dei Comuni del territorio quali mercatini, visite guidate, menù a tema negli stand e nei ristoranti.

Con riferimento al tema outdoor, si intende sostenere lo storico progetto Trekking col treno, realizzato in collaborazione con il CAI, un ricco programma di escursioni che prevedono l'utilizzo dei mezzi pubblici per il raggiungimento del punto di partenza e che portano alla scoperta dell'intero territorio metropolitano.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 50.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 50.000,00

P.T.P.L. 2023 AMBITO 2 BOLOGNA						
n.	Soggetto richiedente	Progetto	Piano finanziario iniziale	Spesa ammessa	Punteggio	Fascia di valutazione
1	Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese	Crinali 2023	€ 46.360,00	€ 40.000,00	80	ALTA
2	Comune di Lizzano in Belvedere	Arte diffusa in Appennino: laboratori, escursioni, proiezioni e musica	€ 24.613,00	€ 24.613,00	60	BASSA
3	Comune di Alto Reno Terme	L'Appennino Ritrovato: escursioni, natura e cultura alla scoperta del territorio. Edizione 2023	€ 9.000,00	€ 9.000,00	60	BASSA
4	Unione dei Comuni dell'Appennino Bolognese	Lagolandia 2023	€ 38.430,00	€ 38.430,00	70	MEDIA
5	Comune di Zola Predosa	Zola Jazz&Wine... Crocevia e delizie. Edizione 2023	€ 34.700,00	€ 33.800,00	78	MEDIA
6	Comune di Dozza	XXIX Biennale del Muro Dipinto di Dozza	€ 35.000,00	€ 35.000,00	80	ALTA
7	Comune di Imola	Baccanale 2023. Rassegna culturale ed enogastronomica	€ 40.000,00	€ 40.000,00	70	MEDIA
8	Unione dei Comuni Savena Idice	Anello delle grandi Vie in-bike: Flaminia Minor, Via Mater Dei e Via del Fantini	€ 15.006,00	€ 14.030,00	75	MEDIA

9	Nuovo Circondario Imolese	Be in Wonder Land - culture sport nature in Imola area	€ 10.000,00	€ 10.000,00	80	ALTA
10	Imola Faenza TourismCompany s.c.ar.l.	Parco della Vena del Gesso Romagnola e Ciclovia del Santerno: una promozione integrata per il territorio circondariale	€ 28.300,00 (iva esclusa)	€ 21.100,00 (iva esclusa)	75	MEDIA
11	Unione Reno Galliera	La Ciclovia del Reno: un nuovo brand nella promozione turistica della Pianura bolognese	€ 8.000,00	€ 8.000,00	80	ALTA
12	YODA APS	IT.A.CÀ migranti e viaggiatori: festival del turismo responsabile	€ 30.000,00	€ 27.000,00	80	ALTA
13	Imola Faenza TourismCompany s.c.ar.l.	The Sound of Imola per il territorio Terre&Motori	€ 32.500,00 (iva esclusa)	€ 32.500,00 (iva esclusa)	60	BASSA
14	Comune di Castel SanPietro Terme	La Notte Celeste 2023 – Terme in festa	€ 20.000,00	€ 20.000,00	73	MEDIA
15	Associazione Culturale APS TERRITORI Narrative Italian Landscape	Narrative Italian Landscape - Ideazione di nuovi strumenti per l'accessibilità culturale	€ 40.000,00	/	N.A.	N.A.
16	Associazione VitruvioA.s.d.	Aldrovandi Mazzacorati, Malvasia... di Villa in Villa	€ 38.000,00	/	45	N.A.
17	Comune di Castel San Pietro Terme	Outdoor Tours: turismo sostenibile ed esperienziale	€ 38.200,00	€ 38.200,00	75	MEDIA

18	Associazione Turistica Pro LocoCastel San Pietro Terme APS	“L’Antico Castello” Dante Primo Turista tra Emilia e Romagna – XIII edizione	€ 9.125,60	€ 9.125,60	60	BASSA
19	Associazione VitruvioA.s.d.	Orme sull’acqua	€ 38.000,00	€ 14.000,00	63	BASSA
20	Comune di San Giovanni in Persiceto	Emozionarsi in Pianura	€ 36.600,00	€ 32.940,00	70	MEDIA
21	Mutua Salsamentari 1876 Bologna	Tagliere Salsamentari 1876 De.Co.	€ 32.786,88 (iva esclusa)	€ 30.737,88 (iva esclusa)	80	ALTA
22	Pro Loco di MinerbioAPS	Festa medievale Corte Isolani	€ 8.540,00	/	N.A.	N.A.
23	Città metropolitana di Bologna nel ruolo di Destinazione turistica	Iniziative metropolitane di scala sovracomunale	€ 50.000,00	€ 50.000,00	/	/
TOTALI			€ 663.161,48	€ 528.476,48		

MODENA

1) Comune di Pavullo Nel Frignano (MO) - *Marketing e promozione turistica del territorio pavullese Pedalare e Camminare: 4 nuovi itinerari per la promozione turistica del territorio*

P.G. n. 67574/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

1. Confesercenti Modena
2. CNA Modena
3. Lapam Federimprese
4. Confcommercio

DESCRIZIONE SINTETICA

Pavullo nel Frignano, collocata alle porte dell'Appennino Modenese, intende individuare e attuare strategie di sviluppo locale al fine di rendere il territorio appenninico pavullese competitivo, attrattivo e fruibile attraverso un sistema di sviluppo fondato sulla promozione di un turismo sostenibile e la valorizzazione delle filiere agroalimentari. La necessità è emersa dopo l'emergenza Covid, in quanto il territorio ha colto le potenzialità del turismo slow e quello degli itinerari di grande percorrenza: Via Vandelli, Via Romea Nonantolana, Via Montecuccoli e Via Romea Germanica Imperiale. Il territorio pavullese ha valorizzato la rete escursionistica e implementato i tracciati e sono 13 sentieri escursionistici, i 7 percorsi per MTB, i 4 sentieri tematici perfettamente segnati e fruibili che offrono l'opportunità per escursionisti, biker e cittadini di vivere appieno l'ambiente naturale che caratterizza il nostro territorio appenninico. L'obiettivo progettuale è di proporre un'offerta più ampia e coordinata volta a valorizzare il territorio nella sua totalità in aperto dialogo con i Comuni del Frignano. Il progetto prevede la promozione e valorizzazione di 4 nuovi itinerari: Itinerario naturalistico: Riserva di Sassoguidano, Itinerario storico - naturalistico: Palazzo e Parco Ducale, Itinerario storico - artistico: Borgo dipinto di Lavacchio, Borgo e Castello medievale di Montecuccolo, Itinerario storico - artistico "La Via delle Fiabe", attualmente attraversati e visitati da migliaia di turisti e viandanti (in particolare nel periodo da marzo a ottobre) a piedi o in bicicletta. Numeri che sono considerevolmente aumentati negli ultimi anni. L'Amministrazione Comunale, consapevole che il turismo nel post Covid ha cambiato il modo di viaggiare ritiene prioritaria l'attuazione di nuove strategie promozionali finalizzate alla scoperta delle bellezze storiche, artistiche, paesaggistiche ed enogastronomiche dell'Appennino e la valorizzazione delle medesime. Dopo l'analisi delle potenzialità territoriali e delle caratteristiche del prodotto turistico si intende creare un'immagine coordinata del territorio pavullese, attraverso un concorso di idee per la realizzazione di un brand in grado di esprimere l'insieme dei significati strettamente legati al territorio e alla cultura locale. Un brand che accompagnerà eventi, attività multidisciplinari e prodotti del nostro territorio. A seguire realizzazione di gadget promozionali personalizzati (distribuiti attraverso: UIT Ufficio Informazione Turistica, Centro di Accoglienza Riserva di Sassoguidano, Pro-loco Pavullo, Circoli frazionali, Castello di Montecuccolo). È fondamentale potenziare gli strumenti di comunicazione online e offline dell'offerta turistica, utilizzando tutti i mezzi di comunicazione di ultima generazione, coinvolgendo adeguate professionalità. La creazione dei 4 nuovi itinerari si prefigge i seguenti obiettivi: - valorizzazione dei borghi e delle frazioni di particolare interesse o di aree di pregio in via di spopolamento o destinate all'abbandono; - potenziare le eccellenze: il Castello di Montecuccolo, il Borgo dipinto di Lavacchio (con torre medievale), il Parco di oltre 14 ettari con fauna e flora autoctona ed esotica, il Palazzo Ducale sede della cultura frignanese (che ospita le Gallerie civiche di Palazzo Ducale, la biblioteca comunale e l'atelier fabbrica delle arti), la Riserva Naturalistica di Sassoguidano di oltre 270 ettari con lo stagno di Sassomassiccio (Oasi WWF). - valorizzazione delle tradizioni culinarie del territorio, attraverso itinerari a tema enogastronomico. Il progetto parte dalla sensibilizzazione e dal coinvolgimento degli operatori localizzati: caseifici, prosciuttifici, forni in quanto eccellenze del nostro territorio. Tra gli itinerari di particolare rilevanza è la "Via delle Fiabe" un Itinerario artistico e turistico, che parte dal Borgo dipinto di Lavacchio (sede della Biennale d'arte e di poesia "Sui Muri di Lavacchio") e si dipana nelle diciannove frazioni alla scoperta dei tanti personaggi ed aneddoti che raccontano la storia e le tradizioni del territorio pavullese. Al centro della progettualità, avviata nell'estate 2022, c'è il recupero e la valorizzazione della memoria storica e del passato delle terre d'Appennino rivisitata in chiave moderna. Fiabe e leggende della tradizione pavullese diventano opere d'arte realizzate da pittori, illustratori, scultori, ceramisti di fama nazionale. Nell'anno 2023 si prevedono nuove tappe con la collocazione di nuove opere: - 20 ceramiche collocate nelle 19 Frazioni con l'aggiunta della località di Lavacchio

- Scultura in ceramica raku frazione di Montecuccolo
- Pitture murali (n. 2 interventi) centro storico e periferia di Pavullo nel Frignano
- Formelle in altorilievo presso la frazione di Montebonello

Il progetto prevede: cicloturismo e trekking con un percorso a tappe della Via delle Fiabe, eventi dedicati alla danza e al teatro di figura itineranti. Si prevede la realizzazione anche di una mappa per i più piccoli con premi e gadget.

Approfondimenti:

Il Borgo dipinto di Lavacchio: <https://www.comune.pavullo-nel-frignano.mo.it/areetematiche/arte-e-cultura/arte-a-pavullo/i-biennale-darte-sui-muri-di-lavacchio/> <https://www.comune.pavullo-nel-frignano.mo.it/aree-tematiche/arte-e-cultura/arte-apavullo/poesia-festival/>

La Via delle Fiabe: <https://www.comune.pavullo-nel-frignano.mo.it/aree-tematiche/arte-ecultura/arte-a-pavullo/la-via-delle-fiabe/>

Turismo Pavullo <https://www.comune.pavullo-nel-frignano.mo.it/turismo-a-pavullo/>

La sentieristica del territorio <https://www.comune.pavullo-nel-frignano.mo.it/turismo-apavullo/itinerari/a-tema/natura/guida-al-territorio-e-carta-escursionistica-del-territorio-pavullese/>

AZIONI

1. Concorso di idee per un identity brand: concorso di idee per la realizzazione di un brand in grado di esprimere l'insieme dei significati strettamente legati al territorio e alla cultura locale. Un brand che accompagnerà eventi, attività multidisciplinari e prodotti del nostro territorio. A seguire realizzazione di gadget promozionali personalizzati.

2. Potenziamento degli strumenti di comunicazione online e offline dell'offerta turistica:

- Implementazione sezione "Turismo Pavullo" (sito web istituzionale)
- Attivazione profilo Instagram "Visit Pavullo", implementazione post dedicati all'offerta turistica sul profilo istituzionale FB

- Tour interattivi in bilingue, relativi ai 4 nuovi itinerari, in realtà aumentata (VR-AR) che consentono immagini 360°, informazioni interattive diversificate: aree di interesse, moduli di contatto e prenotazioni, acquisto e-commerce, zoom, audio, video, visualizzazione di cataloghi digitali in relazione dei contenuti identificati Campagne promozionali digitali sui social media.

- Coinvolgimento televisioni locali in occasione di eventi di particolare importanza (es: Biennale d'Arte di Lavacchio, la Via delle Fiabe).

3. Creazione itinerari turistici – enogastronomici

Creazione di 4 nuovi itinerari a tema storico - artistico enogastronomico 1

- Itinerario naturalistico: Riserva di Sassoguidano

2 - Itinerario storico - naturalistico: Parco e Palazzo Ducale 3

- Itinerario storico – artistico: Lavacchio - Montecuccolo 4 -

Itinerario storico - artistico "La Via delle Fiabe"

L'azione, nel dettaglio, prevede:

- supervisione e valorizzazione delle aree coinvolte (naturali ed urbanizzate),
- segnaletica e cartellonistica
- promozione siti web e social media.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Cultura – castelli e borghi outdoor active & low cammini e Natura e benessere.

MERCATI DI INTERVENTO

Italia – Il progetto sarà presentato in occasione dell'edizione 2023 della Fiera Biennale dell'Economia Montana organizzata congiuntamente dal Comune di Pavullo nel Frignano e dall'Unione dei Comuni del Frignano.

SEGMENTI DI DOMANDA

Culturale, sportivo, slow.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Comune di Pavullo nel Frignano (19 frazioni) e comuni limitrofi

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

In appennino modenese (sito internet e profili social).

TEMPI DI REALIZZAZIONE

01/01/2023-31/12/2023

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

L'obiettivo di rendere questi itinerari meta di turisti e implementare l'attività ricettiva delle imprese del territorio

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
AZIONE 1	Pubblicazione del bando, esame delle proposte, proclamazione del vincitore e individuazione ufficiale del brand, individuazione delle attività principale da brandizzare
AZIONE 2	2.1. Miglioramento e implementazione della sezione del sito turistico monitorando origine del traffico, il numero di utenti e sessioni, il comportamento il download di itinerari e dépliant 2.2 numero di followers, post 2.3 numero di follower, post, numero di campagne 2.4 numero servizi realizzati
AZIONE 3	Individuazione tracciati, mappatura, segnatura, collocazione segnaletica e monitoraggio utenti con modalità in loco (registro del viandante, tessera a puntie/o passaporto)

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 39.500,00

NON AMMISSIBILE Motivazione del diniego: il progetto non risulta assolvere al criterio di sovracomunalità stabilito dal bando, quale requisito per l'ammissibilità al contributo. Preavviso di diniego: Protocollo n. 40809 del 25/11/2022. Alla scadenza dei 10 giorni previsti dall'art. 10 bis della L. 241/1990 non sono pervenute osservazioni.

2) Comune di Modena - “Lost in Modena” Campagna di influencer marketing e digital PR per la promozione turistica del territorio modenese

P.G. n. 67800/2022

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO:

1. Modenatur Srl;
2. IAT e UIT del territorio provinciale;
3. Responsabili dei principali musei e poli turistici pubblici e privati del territorio provinciale.

In allegato al progetto è fornita la dichiarazione di partecipazione operativa da parte di Modenatur srl, mentre per i referenti degli IAT/UIT, dei musei e poli turistici pubblici e privati ecc. del territorio, si procederà a coinvolgerli dopo la progettazione degli itinerari e scelta degli influencer secondo la metodologia già adottata, risultata molto efficace ed operativa.

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Comune di Modena intende proseguire e rafforzare la strategia di comunicazione e di marketing territoriale avviata negli ultimi anni, finalizzata ad incrementarne il valore turistico e la qualità dell'accoglienza di tutto il territorio provinciale, con conseguente creazione di nuove e crescenti opportunità economiche per il sistema imprenditoriale locale.

Il nuovo progetto “Lost in Modena”, da realizzarsi nel corso del 2023, si inserisce pertanto nelle attività a sostegno del consolidamento della ripresa di afflusso turistico *realizzate* con la pianificazione di azioni coordinate di promozione e campagne di marketing digitale che hanno ottenuto milioni di visualizzazioni. L'obiettivo è quello di potenziare la visibilità e l'identità turistica del territorio, in sinergia con le offerte già in essere come, per esempio, “Welcome to Modena”, la proposta che incentiva i pernottamenti di almeno due notti a Modena e provincia, e le “Esperienze” per vivere il territorio, offerte dal portale visitmodena.it.

Il progetto sarà realizzato in continuità strategica con la campagna “Lost in Modena” realizzata nel 2022, che ha coinvolto influencer di rilievo nazionale, in diversi week end, in tour “a sorpresa” in città e nel territorio provinciale, seguendo alcuni indizi consegnati all'arrivo agli influencer.

Gli indizi, opportunamente pianificati, generavano un itinerario turistico da percorrere per esplorare il territorio con esperienze locali, in diretta social con la fanbase dell'influencer (di norma superiore a 80/100.000K). Alla fine del weekend l'itinerario turistico vissuto veniva raccontato con foto, video e *instagram Reels* a disposizione di tutti i turisti sul sito visitmodena.it; un prodotto originale rivolto a una platea di potenziali turisti del territorio che possono fruire della sua offerta per brevi soggiorni e city break: famiglie, coppie, single, appassionati di food, motori, ma anche di cultura, musica e attività outdoor.

Il progetto nel 2022 ha coinvolto 9 influencer ed ha visto la partecipazione e contributo attivo anche di Modenatur. In totale sono 67 le esperienze che i protagonisti del web hanno vissuto e documentato e che hanno portato a più di 2 milioni di impression complessive, un milione di utenti unici e 300mila interazioni, oltre 50mila impression dalle Stories ricondivise e 1.500 aiuti ottenuti in real time solo dalle rispettive fanbase. A supporto della campagna, per massimizzarne impatto, distribuzione e notorietà sul target di riferimento è stata realizzata un'attività di Advertising dedicata sui principali social.

La campagna 2022 si è classificata terza assoluta al Grand Prix degli Influencer Marketing Awards, nell'ambito di Nc Digital Awards, il premio per la miglior comunicazione digitale, giunto all'undicesima edizione e organizzato da Adc Group, da vent'anni gruppo editoriale di riferimento nel settore media e comunicazione, piazzatasi alle spalle di brand come Ikea e Zalando, rispettivamente primo e secondo classificato. “Lost in Modena” si è misurata in una competizione che ha visto partecipare marchi internazionali in differenti settori di mercato. A decretare il successo della campagna del Comune di Modena, unico ente locale italiano entrato nella “short list”, una giuria composta da oltre sessanta addetti ai lavori, manager e rappresentanti dell'imprenditoria e del marketing che ne ha apprezzato il carattere innovativo nel promuovere la destinazione Modena e il suo territorio come brand turistico e meta ideale per soggiorni brevi, attraverso un'esperienza originale e spontanea.

In considerazione dei risultati e dei riconoscimenti ottenuti è intenzione del Comune di Modena dare continuità alla campagna nel 2023, ma potenziandone i risultati promozionali grazie all'esperienza acquisita.

Obiettivi:

L'obiettivo generale è far conoscere l'offerta turistica ed esperienziale del territorio nella sua interezza, promuovendo

un'immagine di destinazione turistica da scoprire, per esaltarne le eccellenze, le esperienze e i “segreti”, presentando il mix dei prodotti arte, sapori, motori, natura, musica. Particolare attenzione verrà data alla costruzione di itinerari turistici da Modena (principale hub di accesso turistico) in direzione del territorio al fine di promuovere esperienze in grado di generare l'aumento della permanenza media.

Obiettivi specifici:

- > Rilanciare e riposizionare l'immagine del brand turistico di Modena, inteso come territorio, e dei suoi prodotti identitari sul mercato italiano attraverso la creazione di prodotti e itinerari coordinati in termini di immagine e di qualità di esperienze;
- > Incrementare il livello di awareness engagement e sviluppare leads di qualità verso la città e il suo territorio;
- > Generare traffico qualificato verso il portale istituzionale del turismo modenese visitmodena.it;
- > Consolidare la collaborazione tra IAT del territorio e principali musei e poli turistici e qualificare le relazioni fiduciarie con lo IAT 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 Modenatur, al fine di perseguire le linee strategiche operative della Consulta provinciale sul Turismo e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

AZIONI

- A) Definizione della strategia di comunicazione incentrata sull'analisi particolareggiata dei vari segmenti turistici target prescelti (età, interessi, elementi di profilo) e definizione del nuovo concept creativo 2023. Verranno infatti introdotte delle modifiche strategiche rispetto al progetto 2022 con riferimento, ad esempio, alla attrattività della meccanica di gioco (indizi), sistemi di iterazione “spontanea” con i residenti e abitanti dei luoghi attraversati, nuovi target obiettivo;
- B) Pianificazione e realizzazione della campagna: scelta degli influencer previa fase di scouting strategico; pianificazione degli itinerari e coinvolgimento della rete dei partner (IAT; Musei ecc), realizzazione della campagna;
- C) Monitoraggio attraverso l'utilizzo di indicatori di valutazione e la definizione della periodicità delle misurazioni e comunicazione dei risultati.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

Si punta a stimolare la domanda turistica con nuove narrazioni, esperienze turistiche personalizzate, creando una reputazione e sentiment positivo e originale verso le proposte turistiche di Modena e del suo territorio, sempre con la finalità di aumentarne la permanenza media, a beneficio di tutto il tessuto economico legato alla filiera turistica con particolare riferimento al segmento ricettivo e commerciale.

MERCATI DI INTERVENTO

Mercato Italia con focus sulle regioni del nord del centro e le aree meglio collegate con Modena.

SEGMENTI DI DOMANDA

I target di riferimento della campagna sono:

- famiglie
- coppie
- singoli
- appassionati di food, motori, cultura, musica e outdoor

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

L'ambito territoriale interessato è tutto il territorio provinciale (compresa l'area nord). La rete dei partner è la seguente:

- Modenatur scarl
- **IAT e UIT del territorio provinciale;**
- Responsabili dei principali musei e poli turistici pubblici e privati del territorio provinciale.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Il progetto è integrato e coordinato nel sistema regionale di promozione e promo-commercializzazione con relazioni di condivisione con la redazione social e web di Emilia-Romagna Turismo e con la promozione delle esperienze prenotabili online legate al progetto anche attraverso la rete Emilia-Romagna Welcome.

TEMPI DI REALIZZAZIONE

Primavera 2023 - Autunno 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

La campagna ha, tra gli obiettivi, il collegamento strategico tra le azioni di informazione e promozione turistica con le azioni di promo-commercializzazione di luoghi, esperienze, prodotti, sistema della ricettività e ristorazione. Tale obiettivo è perseguito sia attraverso la progettazione di itinerari territoriali (per aumentare la permanenza media) sia attraverso la definizione di “tappe” e luoghi per singolo percorso. Per ogni itinerario è possibile prenotare direttamente online le esperienze (tour, pacchetti, attività) correlate e promosse dall’itinerario stesso.

ALTRO

Il concept del progetto, il modello di governance e la metodologia di progettazione degli itinerari saranno attuati con una logica di coinvolgimento di tutto il territorio provinciale, dei soggetti del territorio e di integrazione dell’offerta turistica; una gestione unitaria che permetterà, come avvenuto nel 2022, coordinamento, omogeneità qualitativa e immagine coordinata della promozione.

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.
Pianificazione e realizzazione della campagna.	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.

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 40.000,00

SPESE AMMISSIBILI: € 40.000,00

PUNTEGGIO: 80

FASCIA DI VALUTAZIONE: ALTA

Si precisa che il progetto Lost in Modena 2023 avrà un budget superiore a quanto indicato nello schema riportato. Tuttavia, in adempimento al bando PTPL, si è indicato il budget massimo possibile per gli interventi “AMBITO II - Iniziative di promozione turistica di interesse locale”.

ALTRI SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO /

DESCRIZIONE SINTETICA E AZIONI

1. realizzazione di pacchetti turistici
2. realizzazione di festival “Emilia food fest”
3. realizzazione di evento “Cammino del tortellino”

TASTE OF CARPI. TURISMO, CULTURA, FOOD & WINE

Il progetto che si presenta ha come obiettivo una proposta di promozione turistica integrata che è incentrata sul prodotto food & wine del territorio, che in gran parte è costituito da prodotti IGP e DOP. La proposta è realizzata integrando gli aspetti esperienziali di corsi di cucina, degustazioni e, con il supporto, oltre che del sistema della ristorazione, anche delle strutture ricettive con la creazione di pacchetti turistici che integrano il prodotto food & wine con un cartellone estivo di musica jazz di rilievo internazionale e la visita alle mostre e al patrimonio storico-artistico del territorio. L’obiettivo è quindi quello di promuovere Carpi con un prodotto integrato, in collaborazione con la DMO del territorio, il sistema promo-commerciale locale e il contesto culturale della città. Il programma si sviluppa in tre tappe da luglio a dicembre 2023:

Pacchetti turistici “Taste of Carpi, music, art, food & Wine” (luglio 2023)

Evento “Emilia food fest” (22-24 settembre 2023)

Cammino del tortellino (novembre-dicembre 2023).

TASTE OF CARPI, MUSIC, ART, FOOD & WINE

Nel mese di luglio a Carpi si svolge il Carpinjazz, una rassegna di concerti di musica jazz che negli ultimi anni ha visto esibirsi nelle piazze di Carpi Stefano Bollani, Fred Herscht, Brad Meldau, Richard Galliano, Hermeto Pascoal. La rassegna è un elemento di attrazione turistica sul territorio, per cui si propone la realizzazione di un pacchetto turistico, flessibile e aperto sulla base delle esigenze e dei desiderata del turista, che include, oltre ai biglietti per i concerti, ai servizi di ospitalità e ristorazione diversificati, una serie di esperienze food & wine coinvolgendo il sistema promo-commerciale del territorio. Il pacchetto può quindi contenere visite alle aziende agricole (in particolare caseifici e cantine), degustazioni, corsi di cucina, incontri professionali, oltre all’attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione sul territorio. In questo modo si attivano anche forme di commercializzazione dei prodotti.

EMILIA FOOD FEST

L’evento, un vero e proprio Festival giunto alla seconda edizione, si terrà a Carpi il 22-23-24 settembre 2023. Ha come obiettivo principale quello di presentare iniziative cultural-gastronomiche per valorizzare le eccellenze enogastronomiche emiliano-romagnole, che riesca a fondersi con il territorio, coinvolgendolo e incrementandone la capacità attrattiva, promuovendo l’offerta turistica. Il programma prevede eventi diversificati, in modo da attirare un gran numero di visitatori e turisti, puntando a divenire, nell’arco di qualche edizione, un appuntamento atteso, di carattere nazionale. Il programma prevede nei tre giorni: – appuntamenti, tutti gratuiti, realizzati nell’arco della tre giorni, articolati tra: convegni, progetti e laboratori interdisciplinari dedicati a classi delle scuole primarie e secondarie di primo grado, laboratori mani in pasta per adulti e bambini, dimostrazione di fasi di realizzazione di eccellenze del territorio, degustazioni guidate, premiazioni, incontri con l’autore, cooking show e disfide gastronomiche, spettacoli di animazione e itineranti, talk show e storytelling – coinvolgimento di aziende enogastronomiche provenienti dalla Regione Emilia-Romagna che presentano le loro eccellenze ai visitatori presenti; – presenza di aziende locali che realizzano degustazioni, attività di promozione e coinvolgimento con menù a tema; – Visite guidate, mostre e aperture straordinarie proposte dalle istituzioni pubbliche e private del territorio.

IL CAMMINO DEL “TORTELLINO CARPIGIANO”

Prendendo come spunto il più famoso dei cammini, quello di Santiago di Compostela, per il periodo tra novembre e dicembre 2023 si propone il “Cammino del Tortellino Carpigiano”, un progetto capace di esaltare una delle tipicità locali più apprezzate del territorio e della regione. Il progetto è pensato per legare, in maniera innovativa e divertente, un prodotto tipico tra i più amati nella tradizione locale e i partecipanti a questo goliardico cammino, creando una sinergia con i ristoranti della città. L’idea prevede che ogni “Pellegrino” per ottenere il grembiule o il ciondolo del

Tortellino dovrà assaggiare nei ristoranti di Carpi che aderiscono al progetto un piatto di Tortellini in un limitato lasso di tempo. Solo facendo questo il vero appassionato avrà l'occasione unica per ricevere il più ambito dei riconoscimenti che attesterà il percorso svolto: gli sarà infatti consegnato il ciondolo del "Tortellino Carpigiano", massimo attestato della passione per questa unicità locale. Il progetto prevede di realizzare dei folder con elencati tutti i ristoranti Carpigiani che aderiranno al progetto, con annesso uno spazio per un timbro di conferma, il quale verrà riempito al momento dell'acquisto di un piatto di tortellini da parte del ristoratore. Al termine del periodo prescelto per compiere questo goloso cammino, verrà realizzata una serata ad hoc per la consegna del grembiule o del tortellino a tutti i partecipanti che saranno riusciti a degustare i piatti di tortellini nei ristoranti presenti nel progetto.

PRODOTTO TURISTICO CHE SI INTENDE PROMUOVERE

FOOD & WINE: Promozione visite alle aziende agricole (in particolare caseifici e cantine), degustazioni, corsi di cucina, incontri professionali, ristorazione di qualità; Attivazione e promozione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale presentate anche in forma di rassegna in collaborazione con ristoratori, catering ed aziende agricole del territorio.

MERCATI DI INTERVENTO ITALIA, MERCATI DI CORTO RAGGIO

SEGMENTI DI DOMANDA

Il target a cui si rivolge il progetto è costituito da: 1. Pubblico locale: sono i cittadini, ma anche imprenditori, commercianti, associazioni, fruitori dei servizi culturali e degli eventi; 2. Turisti e soggetti esterni al territorio, inclusi i fruitori dei servizi turistici e culturali e degli eventi, ma anche tour operator, potenziali investitori.

AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E RETE DI PARTNER (PUBBLICI E PRIVATI)

Il progetto si sviluppa sul territorio di Carpi, in collaborazione con la DMO di Modena e il sistema pubblico e privato promo-commerciale locale di ambito food & wine.

EVENTUALE INTEGRAZIONE CON AZIONI DI PROMOZIONE TURISTICA DI LIVELLO REGIONALE E/O SOVRA REGIONALE

Il progetto rientra nella più ampia proposta regionale di promozione turistica di pacchetti che uniscono la proposta musicale di qualità internazionale con il contesto culturale e turistico del food & wine locale.

TEMPI DI REALIZZAZIONE Luglio 2023-dicembre 2023.

CORRELAZIONE TRA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

Il progetto intende integrare la promozione del prodotto food & wine con tre tipologie differenti di commercializzazione: Nella proposta dei pacchetti "Taste of Carpi, music, art, food & wine" il turista vive esperienze di degustazione e acquisto di prodotti tipici, oltre ad acquistare servizi ricettivi e di ospitalità del territorio; Nell'evento "Emilia food fest" sono presenti, oltre a iniziative specifiche di degustazione e di cucina, corner di vendita dei prodotti tipici della regione Emilia; Nell'evento "Cammino del tortellino" il progetto viene realizzato in collaborazione con gli esercizi di ristorazione del territorio, che propongono menù di prodotti tipici insieme al tortellino.

CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI

ELENCO AZIONI DI PROGETTO	MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI
Pacchetti "taste of carpi, music, art, food & wine"	Numero di pacchetti venduti
Emilia food fest	Numero di visitatori
Cammino del tortellino	Numero di passaporti rilasciati

COSTO TOTALE DEL PROGETTO: € 39.998,92

SPESE AMMISSIBILI: € 39.998,92

PUNTEGGIO: 65

FASCIA DI VALUTAZIONE: BASSA

P.T.P.L. 2023 AMBITO 2 MODENA						
n.	Soggetto richiedente	Progetto	Piano finanziario iniziale	Spesa ammessa	Punteggio	Fascia di valutazione
1	Comune di PavulloNel Frignano	Marketing e Promozione turistica del territorio Pavullese – Pedalare e Camminare: 4 nuovi itinerari per la promozione turistica del territorio	€ 39.500,00	/	N.A.	N.A.
2	Comune di Modena	“Lost in Modena” Campagna di influencer marketing e digital PR per la promozione turistica del territorio modenese	€ 40.000,00	€ 40.000,00	80	ALTA
3	Comune di Carpi	Taste of Carpi. Turismo, Cultura, Food & Wine	€ 39.998,92	€ 39.998,92	65	BASSA
TOTALI			€ 119.498,92	€ 79.998,92		